



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**COMERCIO INTERNACIONAL Y COMPETITIVIDAD DE LA  
JOYERIA DE PLATA PERUANA 2008-2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORA:**

**DIAZ ORMEÑO, FIORELLA INES**

**ASESORA:**

**Dra. MARY HELLEN MARIELA, MICHCA MAGUIÑA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**COMERCIO INTERNACIONAL**

**LIMA - PERÚ**

**2017**

## **Página del Jurado**

---

Mgtr. Maldonado Cueva, Percy D.

---

Mgtr. Guerra Bendezu, Carlos

---

Mgtr. Dueñas Lujan, Raúl

### **Dedicatoria**

A mis padres, por el apoyo en cada momento de mi vida y por el ejemplo de que uno nunca se debe dejar vencer, por enseñarme que la perseverancia permite que cumplas tus objetivos.

### **Agradecimiento**

A Dios, por permitirme superar todos los obstáculos que se presentaron, a mis padres por la confianza que tuvieron en mí, de poder lograr cumplir mis proyectos.

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Fiorella Ines Diaz Ormeño con DNI N° 47257695 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 12 de junio del 2017



Fiorella Inés, Diaz Ormeño

## **Presentación**

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada “Comercio internacional y competitividad de la joyería de plata peruana 2008–2016” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de licenciada de negocios internacionales.

El objetivo de la investigación, ha sido determinar la evolución del comercio internacional y competitividad de la joyería de plata peruana 2008 – 2016.

El diseño de la investigación ha sido no experimental, no se ha realizado la manipulación de las variables, debido a que los datos utilizados son ya existentes.

La investigación fue realizada con dos variables comercio internacional y competitividad.

El comercio internacional fue desagregado en dos dimensiones exportación e importación, las cuales fueron medidas por tres indicadores valor, volumen y precio, para ambas dimensiones.

La competitividad fue medida por dos indicadores la productividad y costo unitario.

Los resultados de la investigación los presentamos en siete capítulos.

El capítulo I contiene la introducción en donde describirá los antecedentes, marco teórico, justificación, problemas, objetivos e hipótesis.

El capítulo II contiene el marco metodológico, en el cual describe las variables, el tipo de investigación, la operacionalización, la técnica de recolección de datos, la confiabilidad, la validez del contenido y los aspectos éticos.

El capítulo III contiene los resultados de la investigación.

El capítulo IV contiene las recomendaciones.

El capítulo V tenemos las recomendaciones.

El capítulo VI contiene las conclusiones.

El capítulo VII tenemos las referencias bibliográficas.

Durante la investigación se han determinado problemas como la falta de estudios más amplios sobre el tema de la exportación de joyas de plata, entre otros, pese a esos inconvenientes se llegó a las siguientes conclusiones presentadas en el capítulo VI.

Esta investigación se llevó a cabo gracias al apoyo de los asesores académicos, los cuales me brindaron las asesorías para la elaboración de la presente tesis.

## ÍNDICE

	Pág.
RESUMEN	09
ABSTRACT	10
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad Problemática	11
1.2 Trabajos previos	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	16
1.3.1 Comercio Internacional	16
1.3.2 Competitividad	18
1.4 Formulación del problema	19
1.4.1 Problema general	19
1.4.2 Problemas específicos	20
1.5 Justificación del estudio	20
1.6 Objetivo	20
1.6.1 Objetivo general	20
1.6.2 Objetivo específicas	20
1.7 Hipótesis	21
1.7.1 Hipótesis general	21
1.7.2 Hipótesis específicos	21
II. MÉTODO	22
2.1 Diseño de investigación	22
2.2 Operacionalización de variables	22
2.3 Población y muestra	22
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	22
2.5 Métodos de análisis de datos	22
2.6 Aspectos éticos	23
III. RESULTADOS	23
IV. DISCUSIÓN	46
V. CONCLUSIÓN	47
VI. RECOMENDACIONES	48
VII. REFERENCIAS	49

## VIII. ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia	53
Anexo 2. Juicio de Expertos	54
Anexo 3. Lista de principales países exportadores de joyería de plata, 2008-2016, en valor de exportación, en millones de US\$	60
Anexo 4. Lista de principales países exportadores de joyería de plata, 2008-2016, en volumen de exportación, en toneladas	61
Anexo 5. Lista de principales países exportadores de joyería de plata, 2008-2016, en precio de exportación, en US\$/Tonelada	62
Anexo 6. Lista de principales países importadores de joyería de plata, 2008-2016, en valor de exportación, en millones de US\$	63
Anexo 7. Lista de principales países importadores de joyería de plata, 2008-2016, en volumen de exportación, en toneladas	64
Anexo 8. Lista de principales países importadores de joyería de plata, 2008-2016, en precio de exportación, en US\$/Tonelada	65
Anexo 9. Lista de los países importadores de joyería de plata peruana, 2008-2016, en valor de exportación, en miles de US\$	66
Anexo 10. Lista de los países importadores de joyería de plata peruana, 2008-2016, en volumen de exportación, en toneladas (TN)	67
Anexo 11. Lista de los países importadores de joyería de plata peruana, 2008-2016, en precio de exportación, en US\$ / Toneladas	68
Anexo 12. Producción nacional de joyería de plata peruana 2008-2016, exportación en toneladas.	69
Anexo 13. Costo unitario de producción de joyería de plata peruana 2008-2016, exportaciones, US\$/ Toneladas	70
Anexo 14. Empresas peruanas exportadoras de joyería de plata peruana	71
Anexo 15. Joyas de plata	72



## **RESUMEN**

La investigación fue realizada tomando en cuenta información de hace ocho años atrás hasta la actualidad ya que el objetivo de esta investigación es la de determinar la evolución del comercio internacional y la competitividad de la joyería de plata peruana durante el periodo 2008-2016. Esta información da a conocer que la joyería de plata peruana tiene una gran demanda en diversos países ya que nuestro país cuenta con la materia prima y diversos tipos de plata que lo hace comercializable, los datos recolectados son de diversas fuentes confiables las cuales nos permitirán tener una información más clara del tema.

Palabra clave: Comercio internacional y competitividad.

## **ABSTRACT**

The research was carried out taking into account information from eight years ago to the present time, since the objective of this research is to determine the evolution of international trade and the competitiveness of Peruvian silver jewelry 2008-2016. This information shows that Peruvian silver jewelry is in great demand in various countries because our country has the raw material and various types of silver that makes it marketable, the data collected are from various reliable sources which will allow us to have Clearer information on the subject.

Key word: International trade and competitiveness.

## **I. INTRODUCCIÓN**

El mercado de la joyería de plata es competitivo y mueve millones de dólares a nivel mundial, el detalle de las joyas de plata hace que exista un interés grande de parte de los importadores.

La extracción de diferentes minerales hizo que nuestro país sea uno de los principales exportadores de minerales a nivel mundial, logrando un crecimiento. El rubro de la minería es muy importante y nuestra joyería peruano es reconocida en muchos países. Los artesanos elaboran estas joyas en las cuales están los collares, aretes, brazaletes, pulseras, anillos, sortijas, pendientes de plata, entre otros.

El Perú cuenta con diferentes zonas de producción de joyería de plata en las cuales se encuentra Lima, Piura, Cajamarca, Junín, Cusco, Arequipa y Lambayeque; en tanto se cuenta con diferentes tipos de plata en las cuales está la de 925, 950 y otras; pero aún hay lugares de nuestro país que no cuentan estas herramientas necesarias para elaborar joyas de calidad.

Esta investigación tiene una justificación que a través de los datos recolectados de diferentes fuentes probare mi hipótesis fundamentándola con el estudio de la evolución del comercio internacional y competitividad de la joyería de plata peruana. Así mismo informarnos acerca del producto y que sea reconocida por su calidad, durabilidad y diseño.

El Perú tiene un gran potencial y tiende a lograr una tendencia creciente a lo largo de los años.

Lo que se espera es que la exportación de este producto crezca a nivel mundial. Con los datos que doy a conocer en esta investigación se tendrá más clara sobre todas estas interrogantes y de que tan competitivos somos a nivel mundial.

### **1.1 Realidad Problemática**

El Perú es uno de los países que va adquiriendo tendencia alcanzando un gran posicionamiento en el mercado; así mismo es un gran productor de plata.

La plata es un metal que es comercializado a nivel mundial. Su propiedad que tiene de ser dúctil y maleable, es decir una material que se puede doblar, permite que se pueda trabajar y usar en diferentes sectores.

La plata es un metal de color brillante, es un producto que se combina fácilmente con algunos metales.

Como uno de los principales usos que se le da a la plata es la joyería y orfebrería, siendo este de gran demanda a nivel mundial, lo cual hace que sea considerado como un metal precioso debido a sus cualidades y su brillo que lo hacen especial a este metal.

La joyería de plata tiene como partida arancelaria 7113110000. La plata se produce en diferentes países del mundo, dentro del cual se encuentra Perú quien en la actualidad exporta a varios países.

Actualmente existen varias ciudades del Perú donde se trabaja haciendo joyas de plata.

La joyería en el Perú es una actividad económica rentable y competitiva, lo cual hace que sea una gran oportunidad para los productores de joyas de plata, generando más ingresos y más puestos de trabajo para miles de peruanos; pero un gran problema para los productores peruanos de joyas es la carencia de tecnología para producir en menor tiempo, haciendo que la productividad sea un poco lenta.

Ante lo expuesto, surge la problemática: ¿Cómo ha sido la evolución del comercio internacional y la competitividad de la exportación de la joyería de plata peruana 2008 - 2016?

## **1.2 Trabajos previos**

Santander (2013) en su tesis de magister “Estrategias para introducir la formalidad de la MYPE de la industria gráfica-off set por medio de gestión competitiva” establece que la competitividad es una habilidad que sirve para diferenciarse de los competidores, con el cual se puede conseguir un posicionamiento en el mercado que garantice el éxito. Para alcanzar este objetivo emplea conceptos propuestos por empresa, micro y pequeña empresa sobre las industrias los tipos de empresas que existen y la competencia de las mismas. Asimismo, el autor empleo la investigación cuantitativa y un diseño de investigación experimental. Finalmente concluye que “un empresario que se maneja dentro de la formalidad puede ser más competitivo que un empresario informal”.

Esta investigación nos permite comprender que ser competitivo es diferenciarse de los demás y esto se puede fortalecer a través de la innovación constante ya que la competencia nunca descansa.

De la Cruz (2012) en su trabajo de técnico “Exportación de joyería de plata a EE.UU.” establece como objetivo conocer la demanda de exportación de joyería de plata y conocer el mercado estadounidense. Para alcanzar este objetivo empleo el concepto de las cuatro P. Asimismo, el autor empleo la investigación cuantitativa y el diseño de investigación no experimental. Finalmente, concluye que “la demanda de Joyería de Plata en el mercado internacional es creciente por lo que la producción es una opción de comercialización altamente viable y rentable”.

Esta investigación nos permite comprender que estados unidos es uno de nuestros principales compradores de joyería de plata y su demanda es alta, en la cuales contamos con precios competitivos.

Jiménez (2014) en su tesis de licenciatura “oportunidades de exportación de joyas de plata peruana 950 al mercado de Estados Unidos” establece el objetivo general de determinar las oportunidades de exportación de joyas de plata peruana 950 al mercado estadounidense. Para alcanzar este objetivo los conceptos propuestos el autor es exportación para conocer su demanda y hábitos de consumo de este producto. Asimismo, el autor empleo la investigación descriptiva de tendencia y no experimental. Finalmente el autor llego a la conclusión que las oportunidades de la demanda de joya de plata al mercado estadounidense están constituida por el volumen, valor y precio de exportación así como la producción nacional las cuales han tenido una tendencia creciente.

Esta investigación nos permite conocer las oportunidades de exportación a EE.UU, como conocer la cantidad de exportación de Perú.

Llorente (2013) en su tesis de doctorado “Análisis de la competitividad de las empresas de acuicultura. Aplicaciones empíricas al cultivo de la dorada (*sparus aurata*) y la lubina (*dicentrarchus labrax*)” establece el objetivo general evaluar el análisis competitivo en las empresas. Para alcanzar este objetivo emplea los conceptos propuestos como la capacidad de competir y la realidad de para las consecuencias de un fin. Asimismo, el autor empleo la investigación cualitativa y un diseño de investigación no experimental. Finalmente, concluyo que la falta de competitividad de muchas empresas no es provocada por aspectos biológicos o técnicos, sino que proviene de la

dificultad del proceso de toma de decisiones económica y de gestión. La aplicación de técnicas de gestión reestablecer la competitividad.

Esta investigación nos permite conocer que la competitividad va de la mano de las decisiones que se tomen dentro de una empresa.

Cerroun (2014) en su artículo traducido “innovación de productos y ventaja competitiva” establece como objetivo determinar cómo las empresas trabajan de acuerdo con su capacidad. Asimismo, el autor empleo la investigación cualitativa. Finalmente, concluye que “la continuidad de la empresa está relacionada con su capacidad para desarrollar ventajas competitivas en sus productos que le permite obtener la fidelidad de los clientes y ampliar su cuota de mercado a través de la innovación de productos”.

Esta investigación nos permite conocer que si las empresas trabajan de acuerdo a las necesidades del consumidor tendrá grandes logros.

Aldabaca (2014) en su tesis de licenciada “Exportación de joyería de plata de Perú a Estados Unidos 2010-2014” establece como objetivo general determinar la evolución de la exportación de joyería de plata del Perú a Estados Unidos durante el periodo 2010-2014. Para alcanzar este objetivo emplea los conceptos propuestas por Porter sobre las cinco fuerzas de Porter. Asimismo, el autor empleo la investigación no experimental y una metodología observacional. Finalmente llego a la conclusión que las exportaciones y producciones de joyería de plata peruana ha aumentado en comparación en años posteriores, las empresas que se dedican a la joyería de plata tienen la oportunidad de internacionalizarse, ya que en los últimos años ha habido una mejora en la platería peruana, consiguiendo la preferencia de muchos mercados potenciales.

Esta investigación nos permite conocer la demanda de la joyería de plata peruana al mercado estadounidense.

Cortez (2012) en su tesis de licenciado “Plan de negocio para la creación de una empresa outsourcing en fabricación de joyería” establece el objetivo general es evaluar el mercado de fabricación de joyería en el Perú. Para alcanzar este objetivo emplea los conceptos propuestos por Porter sobre el análisis de las fuerzas de Porter. Asimismo, el autor empleo la investigación

cuantitativa no experimental. Finalmente, concluye que la demanda de joyería de plata muestra una recuperación respecto a la demanda ya que cuenta con una tendencia positiva y se espera un incremento permanente del sector joyería.

Esta investigación nos permite conocer el mercado donde va dirigido las joyas y la demanda de las mismas.

Arméstár (2013) en su artículo “De la micro competitividad a la competitividad nación” establece el objetivo determinar la mejora de la competitividad. Asimismo, el autor emplea investigación cuantitativa. Finalmente, concluye que la necesidad de nuestro país de mejorar la competitividad, conlleva a adquirir mejorar la productividad, más aun en las micro y pequeñas empresas.

Esta investigación nos permite conocer la competitividad en las empresas desde las micro y pequeñas empresas.

Gonzales (2016) en su artículo “Joyería peruana cerrara el 2016 con alzas” establece como objetivo conocer la producción de las joyas del Perú. Asimismo, el autor emplea una investigación cualitativa. Finalmente concluye que el Perú es un gran potencial en joyería, ocupando el tercer lugar en producción de plata a nivel mundial.

En el 2015 las exportaciones de joyería sumaron 81.4 millones de dólares. Se estima que para el cierre del 2016 alcance hasta 90 millones de dólares, generando un incremento.

Castaño (2011) en su tesis de licenciatura “Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del área metropolitana centro occidente AMCO” establece que el objetivo general es determinar la competitividad de las empresas en el área metropolitana. Emplea los conceptos de competitividad. Asimismo emplea la investigación cuantitativa. Finalmente concluye:

Entre los elementos más destacados a lo largo de los años para explicar la competitividad se encuentran la productividad, rentabilidad, eficiencia, eficacia, precio e innovación; a partir del siglo XX se empezó a concebir la empresa como parte de un sistema dinámico que incorpora factores económicos, políticos y socioculturales, además toman importancia la generación de valor agregado y las estrategias gerenciales para posicionarse en mercados nacionales e

internacionales.

Esta investigación los permite saber la competitividad de las empresas del sector comercial y las propuestas que existe para este sector.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1 Comercio internacional**

##### **A. Definición**

Cornejo (2010) define el comercio internacional como “[...] el intercambio de bienes y servicios entre residentes de diferentes países” (p. 25).

Porlles (2007) define el comercio internacional como:

Un conjunto comercial y financiero de las cuales forman parte todos los países, así mismo nos indica que es una transacción comercial de bienes y servicio que se realiza con diferentes países del mundo. Con el cual pagas por un bien o servicio (p. 22).

Garita (2006) sostiene que el comercio internacional “consiste en la compra y venta de bienes y servicios de un país con otro. Este se basa en la especialización de producir un bien y a una división de trabajo, dependiendo de las necesidades que tiene cada país” (p. 1).

##### **A. Dimensiones**

Para fines de esta investigación se va desagregar el comercio internacional en dos dimensiones exportación e importación:

El Banco Central de Reserva del Perú (2013) define la exportación como “el registro de la venta al exterior de bienes o servicios realizada por una empresa residente dando lugar a una transferencia de la propiedad de los mismos” (p. 1).

Vergara (2012) define lo siguiente: “las exportaciones son los bienes producidos o adquiridos por una compañía de nuestro país y enviados luego al extranjero” (p. 230).

##### **B. Indicadores**

Para medir la exportación se utilizará los siguientes indicadores: Volumen de exportación, valor de exportación y precio de exportación.

El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) (2011) sostiene que el volumen de exportación es la cantidad de bienes y servicios



expresada en kilogramos o toneladas que son vendidas al exterior (p.213).

Institutito internacional de cooperación y agricultura (1997) El valor de exportación es el valor monetario por la venta de todas las mercancías destinadas para la exportación (p.12).

El BCRP (2011) sostiene que el precio de exportación es el valor monetario que el importador hace entrega al exportar como un medio de pago a cambio de un bien o servicio exportado, la cual determina la sostenibilidad y la rentabilidad de la empresa exportadora (p. 152). Para medir la importación se utilizará los siguientes indicadores: volumen de importación, valor de importación y precio de importación. El BCRP (2011) define el volumen de importación como la cantidad de bienes y servicios expresado en quilogramo o toneladas que son adquiridas del exterior por el comprador (p. 214).

Institutito internacional de cooperación y agricultura (1997) El valor de importación es el valor monetario por la compra de todas las mercancías adquiridas del exterior (p.13).

El BCRP (2011) sostiene que el precio de importación es el valor monetario que el importador paga por comprar un bien o servicio del exterior (p. 152).

### **C. Teoría**

Para fines de esta investigación consideraremos dos teorías principales: La teoría de la ventaja absoluta y la teoría de la ventaja comparativa.

Parkin (2006, p. 33), en su teoría de ventaja absoluta sostiene que:

Cuando se puede producir más bienes a partir de una cantidad específica de recursos que cualquier otro individuo, la ventaja absoluta es el resultado de las diferencias en la productividad. Una persona que cuenta con mejor tecnología, más capital o mejores habilidades que otra, tiene una ventaja absoluta con respecto a esta última.

Ricardo (1950) en su teoría de ventaja comparativa sostiene que cada país se debe dedicar a lo que le genera mayor beneficio, por lo tanto se debe producir y exportar lo que se puede producir y en lo cual somos mejores produciéndolo e importar las cosas que nos mas nos

cuesta producir (p. 100).

### **1.3.2 Competitividad**

#### **A. Definición**

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.

El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país (Anzil, 2008, p. 1).

Garay (1996) considera que la competitividad “Significa la capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países” (p. 1).

Meex y Aldana (1989) define que la competitividad “Es la capacidad que tienen los productos de penetrar, abarcar y conservar los mercados” (p. 227).

#### **B. Indicadores**

Para fines de esta investigación se medirá la competitividad se utilizará los siguientes indicadores: productividad y costo unitario de producción.

García (2013) sostiene que la productividad es la relación entre la producción obtenida por un sistema de fabricación de bienes o servicios y los recursos utilizados para obtenerla.

Para medir la productividad se toma en cuenta el número de cantidades producidas durante un año, de acuerdo al número de recursos empleados para fabricarlas. La productividad mide la eficiencia de producción por factor utilizado en unidad de trabajo y capital utilizado (p.1).

Rodríguez (1999) define qué la productividad “Es una medida de eficiencia económica que se resulta de la relación entre los recursos utilizados y la cantidad de productos o servicios elaborados” (p. 21).

Albeiro y Duque (2013, p. 18) sostiene que el costo unitario de producción “es el costo que corresponde a una unidad de medida. Se

obtiene dividiendo el costo total por el nivel de operación que pertenece a la categoría”.

### **C. Teoría**

Para fines de esta investigación consideraremos dos teorías principales: ventaja competitiva y las cinco fuerzas de Porter.

Porter (1991) sostiene que una nación va de la mano con la capacidad de su industria para innovar y mejorar lo que tiene. Las empresas adquieren ventajas sobre otras empresas del mundo a causa de sus retos, los cuales tienen grandes competidores nacionales, así como buenos proveedores y clientes cada vez más exigentes (p. 163).

Porter (2012) sostiene que en la teoría de las cinco fuerzas de Porter toda organización debe diseñar estrategias competitivas, por lo tanto se debe entender la industria, negocios y competidores, a los cuales debemos enfrentarnos. En tanto en una planificación de estrategias corporativas se manifiesta que influirían en la realidad respecto a la rentabilidad a largo plazo ante en mercado. Existen cinco fuerzas que dirigen la competencia las cuales son entrada de nuevos competidores, rivalidad entre competidores, poder de negociación de proveedores, poder de negociación de compradores y amenaza de ingreso de productos sustitutos (p. 31).

## **1.4 Formulación del Problema**

### **1.4.1 Problema General**

¿Cómo ha sido la evolución del comercio internacional y la competitividad de la exportación de la joyería de plata peruana durante el periodo 2008 - 2016?

### **1.4.2 Problemas Específicos**

1. ¿Cómo ha sido la evolución de la exportación mundial de la joyería de plata durante el periodo 2008 - 2016?
2. ¿Cómo ha sido la evolución de la importación mundial de la joyería de plata durante el periodo 2008 - 2016?
3. ¿Cómo ha sido la competitividad de la exportación de la joyería de plata peruana durante el periodo 2008 - 2016?

## **1.5 Justificación del estudio**

La razón de esta investigación para conocer más afondo del comercio internacional del producto joyería de plata y conocer su competitividad a nivel mundial. El proyecto de investigación contribuirá a que las empresas productoras tengan más información de este producto en el mercado internacional. Se podrá determinar los países exportadores de este producto, con el cual se analizara el precio el valor y el volumen de exportación de los principales países; así mismo se identificara importación mundial de joyería de plata, tomando en cuenta el precio valor y volumen de los principales países importadores de este producto.

El proyecto de investigación será de ayuda para la sociedad ya que se compartirá información de los últimos nueve años del estado en el que nos encontramos respecto al comercio internacional y el nivel de competitividad que existe respecto a la joyería de plata. Así mismo considerando que sea un referente para las empresas productoras que aún no exportan, que esta información sirva para que puedan tomar en consideración al mercado exterior como una oportunidad de crecimiento y así se pueda tomar en cuenta mejoras para que el producto que se exporta sea competitivo frente a otros mercados.

## **1.6 Objetivos**

### **1.6.1 Objetivo General**

Determinar el comercio internacional y la competitividad de la exportación de la joyería de plata peruana durante el periodo 2008 - 2016.

### **1.6.2 Objetivos Específicos**

1. Determinar la exportación mundial de la joyería de plata durante el periodo 2008 – 2016.
2. Determinar la importación mundial de la joyería de plata durante el periodo 2008 – 2016.
3. Determinar la competitividad de la exportación de la joyería de plata peruana durante el periodo 2008 – 2016.

## **1.7 Hipótesis**

### **1.7.1 Hipótesis General**

El comercio internacional y la competitividad de la exportación de la joyería de plata peruana durante el periodo 2008 - 2016 ha tenido una tendencia positiva.

### **1.7.2 Hipótesis Específicas**

1. La exportación mundial de la joyería de plata durante el periodo 2008 - 2016 ha tenido una tendencia positiva.
2. La importación mundial de la joyería de plata durante el periodo 2008 -2016 ha tenido una tendencia positiva
3. La exportación de la joyería de plata peruana durante el periodo 2008 - 2016 ha sido competitiva.

## **II. MÉTODO**

### **2.1 Diseño de Investigación**

El diseño de la investigación es no experimental.

### **2.2 Variables, Operacionalización**

Comercio Internacional. Para operacionalizar esta variable la he desagregado en dos dimensiones: exportación e importación. Para medir la exportación utilizaremos los siguientes indicadores: Volumen de exportación, valor de exportación y precio de exportación de los principales países exportadores de joyería de plata. Para medir la importación utilizaremos los siguientes indicadores: Volumen de importación, valor de importación y precio de importación de los principales países importadores de joyería de plata.

Competitividad. Para medir esta variable utilizaré los siguientes indicadores: productividad y costo unitario de producción.

### **2.3 Población y muestra**

En este proyecto de investigación no se ha requerido de un censo ni de un muestreo ya que esta investigación ha sido trabajada con datos ex post facto.

### **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

No sé a requerido de técnicas e instrumentos de recolección de datos, ya que los datos de la investigación son ex post facto, en cuanto a la validez del contenido recurriremos a la opinión de tres expertos en el área y la confiabilidad no corresponde porque los datos ya existen.

### **2.5 Métodos de análisis de datos**

El procedimiento de datos se realizará con la recolección de datos, presentación de gráficos, obtención de números estadísticos que describan y relacionen variables a través de sus indicadores.

### **2.6 Aspectos éticos**

En la presente investigación se respetara la propiedad intelectual y real, es por ello que se usara el manual APA para citar las fuentes bibliográficas de las cuales se ha obtenido la información, las mismas que permitirán comprobar la autenticidad de los datos mostrados en el presente proyecto de investigación.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Resultados sobre el Comercio Internacional

En el anexo 3 presentamos a los principales países exportadores de la joyería de plata, durante el periodo 2008-2016, en valor de exportación expresados en miles de US\$,

A partir del anexo 3 he construido el cuadro 3.1 que contiene el valor de exportación de la joyería de plata de los principales países exportadores del mundo, durante el periodo 2008-2016, expresados en miles de US\$.

Cuadro 3.1 Valor de exportación de la joyeria de plata de los principales países exportadores del mundo, 2008-2016, en miles de US\$					
Año	Valor de exportación de la India	Valor de exportación de Tailandia	Valor de exportación de Perú	Sub total	Valor de exportación del Mundo
2008	132522	852981	3932	989435	4487085
2009	267211	956271	7651	1231133	4577220
2010	356667	1304769	12015	1673451	6030522
2011	720167	1540374	11041	2271582	7374251
2012	923994	1519447	11425	2454866	7190917
2013	1029908	1603649	11087	2644644	7578098
2014	1864719	1693994	7302	3566015	8883207
2015	2597898	1560354	5900	4164152	9419070
2016	3347942	1550188	6176	4904306	10008077
Total	11241028	12582027	76529	23899584	65548447
%	17.15	19.20	0.12	36.46	

Fuente: A partir del anexo 3

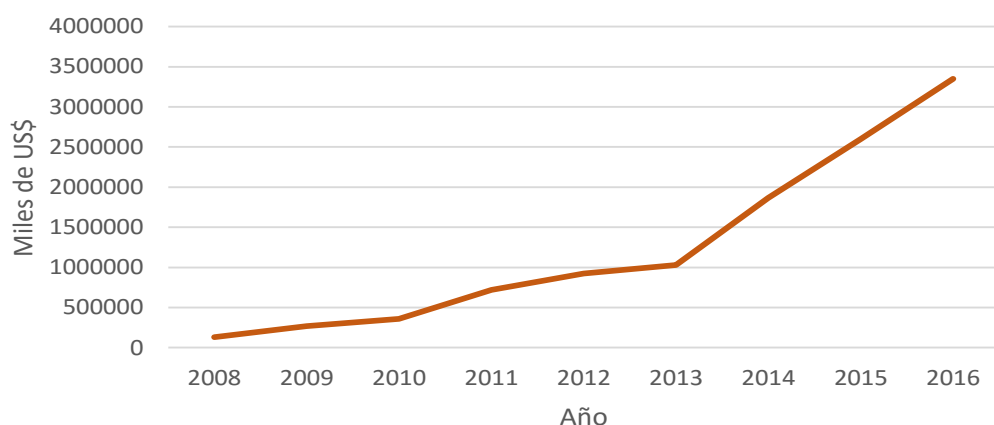
En el presente cuadro el valor de exportación de la india tuvo un crecimiento desde el 2008 al 2016.

Tailandia durante el 2008-2014 presento un crecimiento en el valor de sus exportaciones, a partir del 2015 tuvo una caída en el valor de las exportaciones de la joyería de plata.

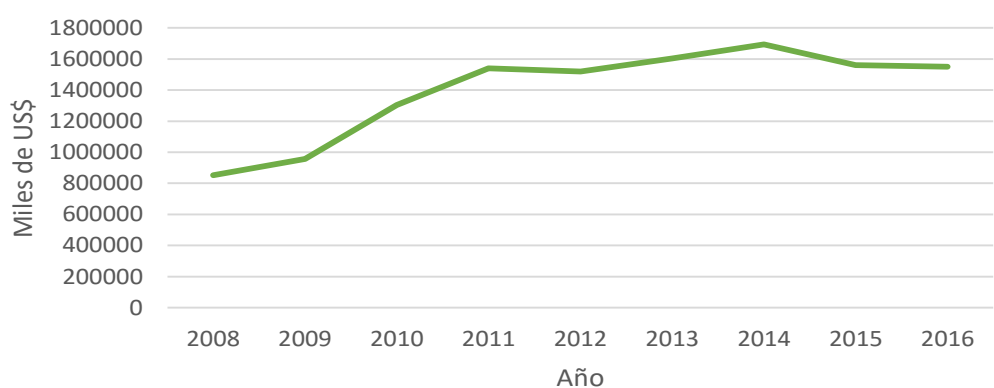
Alemania tuvo un crecimiento desde el 2008-2010, en el 2011 al 2015 tuvo una caída en el valor de las exportaciones u en el 2016 presento un crecimiento con respecto al año anterior en el valor de las exportaciones.

En el mundo el valor de exportación creció del 2008-2011, en el 2012 tuvo una caída, a partir del 2013 al 2016 tuvo un crecimiento en el valor de las exportaciones de la joyería de plata.

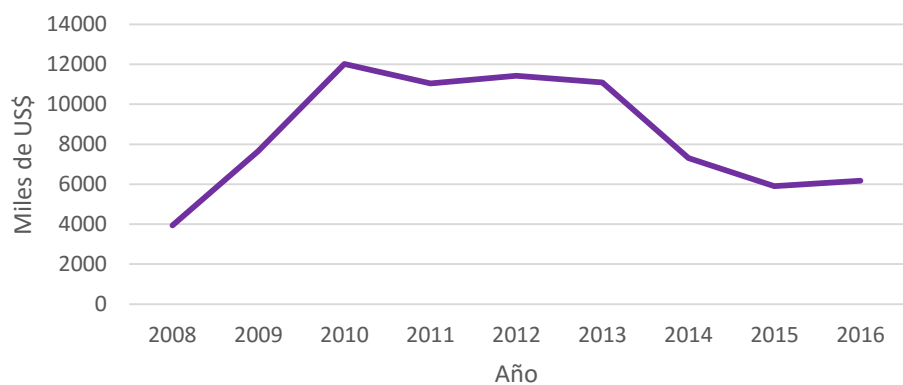
**Gráfico 3.1 Valor de exportación de la joyería de plata de la India, 2008-2016, en miles de US\$**



**Gráfico 3.2 Valor de exportación de la joyería de plata de Tailandia, 2008-2016, en miles de US\$**

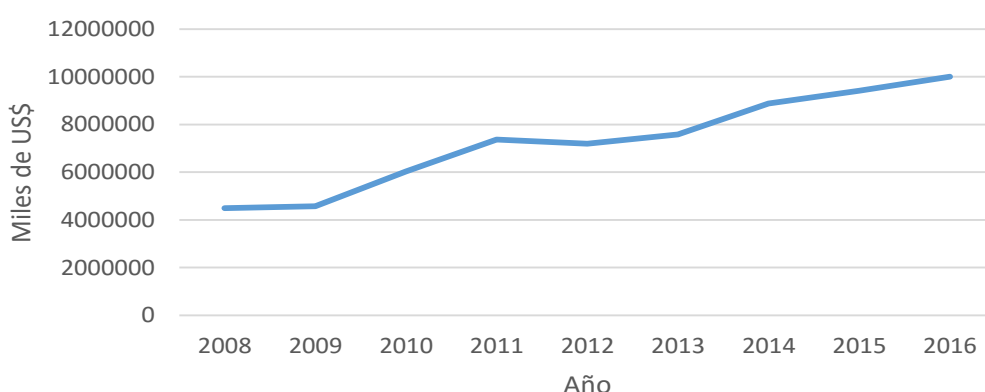


**Gráfico 3.3 Valor de exportación de la joyería de plata de Perú, 2008-2016, en miles de US\$**





**Gráfico 3.4 Valor de exportación de la joyería de plata de los principales países exportadores del mundo, 2008-2016, en miles de US\$**



En los gráficos podemos observar que en año 2008 al 2016 el valor de las exportaciones creció en los tres principales países exportadores de joyería de plata.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación de la joyería de plata de la India, durante los años 2008-2016, obtendremos los siguientes resultados:

$$y = 386326x - 682629$$

$$r^2 = 0.8915$$

Dónde: y es valor de exportación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación directa entre el valor de exportación y el tiempo, un ajuste de regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente ( $r^2 = 0.8915$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el valor de exportación de joyería de plata a la India, en el periodo 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación de joyería de plata a Tailandia tendremos los siguientes resultados:

$$y = 90713x + 944436$$

$$r^2 = 0.6902$$

Dónde: y es valor de exportación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación directa entre el valor de exportación y el tiempo, en un ajuste de regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente ( $r^2 = 0.6902$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el valor de exportación de joyería de plata a la Tailandia, en el período 2008-2016.

Al estimar la línea de tendencia del valor de exportación de joyería de plata de Perú, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = -94.283x + 8974.6$$

$$r^2 = 0.0077$$

Dónde:        y es valor de exportación

                  x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación inversa entre el valor de exportación y el tiempo, en un ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.0077$ ), lo que se interpreta que no existe tendencia en el valor de exportación de joyería de plata de Perú, en el período 2008-2016.

Estimamos la línea de tendencia del valor de exportación de joyería de plata del mundo, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 708646x + 4E+06$$

$$r^2 = 0.9608$$

Dónde:        y es valor de exportación

                  x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el valor de exportación y el tiempo, en un ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.9608$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el valor de exportación de joyería de plata del mundo, en el período 2008-2016.

En el anexo 4 presentamos los principales países exportadores de joyería de plata, durante el periodo 2008-2016, en volumen de exportación.

A partir del anexo 4 he construido el cuadro 3.2 que contiene el Volumen de exportación de la joyería de plata de los principales países exportadores del mundo, durante el periodo 2008-2016, expresados en miles de US\$.

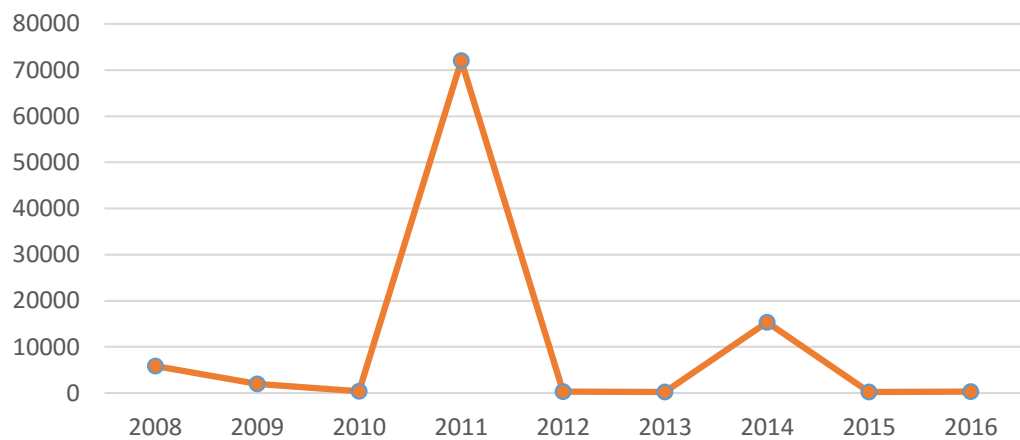
Cuadro 3.2. Volumen de exportación de la joyería de plata de los principales exportadores del mundo, 2008-2016, en toneladas (TN)				
Años	Volumen de exportación de India	Volumen de exportación de Tailandia	Volumen de exportación de Perú	Subtotal
2008	5820	1256	22	7098
2009	1945	1200	19	3164
2010	381	1529	24	1934
2011	72020	1225	20	73265
2012	274	860	28	1162
2013	239	2663	24	2926
2014	15336	1174	20	16530
2015	238	56969	20	57227
2016	282	1237	17	1536
Total	96535	68113	194	164842
Fuente: A partir del anexo 4				

En el presente cuadro el volumen de exportación de la india tuvo una baja, desde el 2008 al 2010; en el año 2011 tuvo un crecimiento, pero en el 2012 y 2013 volvió caer su volumen de exportación de joyería de plata, tuvo un crecimiento considerable en 2014, pero de igual forma durante dos años tuvo una baja en el volumen de exportación.

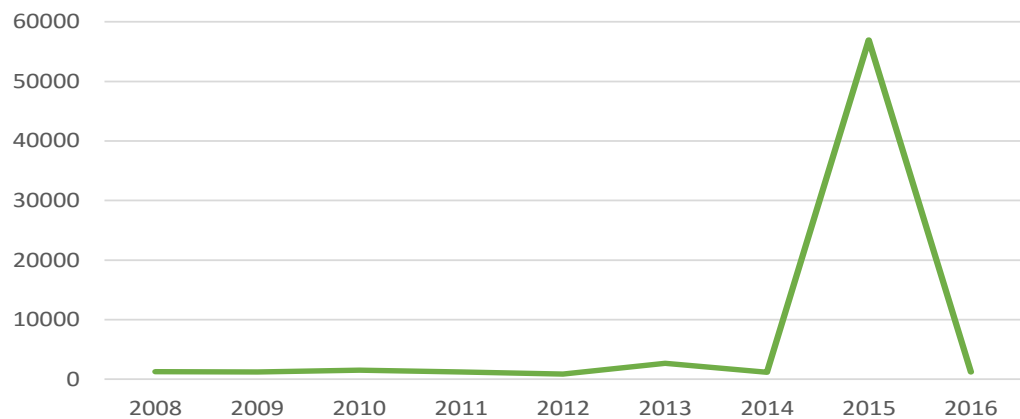
Tailandia durante el 2008-2009 presento una baja en el valor de sus exportaciones, en el 2010 y 2011 presento un crecimiento, a partir del 2012 al 2016 presento caídas y crecimiento en el volumen de las exportaciones de la joyería de plata.

Perú tuvo un caída del 2008 con respecto al 2009, en el 2010presento un crecimiento en el volumen de exportación, en el 2011 volvió a presentar una caída con respecto al año anterior, en el 2012 volvió a presentar un crecimiento pero años posteriores hasta el 2016 presento una caída significativa en el volumen de las exportaciones de joyería de plata peruana.

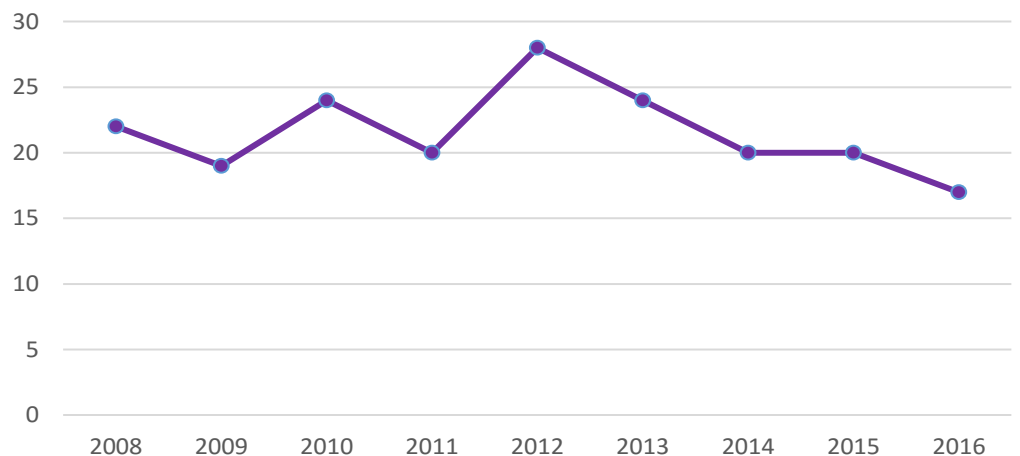
**Gráfico 3.5 Volumen de exportación de la joyería de plata de la India, 2008-2016, en toneladas (TN)**



**Gráfico 3.6 Volumen de exportación de la joyería de plata de Tailandia, 2008-2016, en toneladas (TN)**



**Gráfico 3.7 Volumen de exportación de la joyería de plata de Perú, 2008-2016, en toneladas (TN)**



En los gráficos podemos observar que en año 2008 al 2016 el valor de las exportaciones de la India tuvo un gran incremento en el 2011 pero luego tuvo una caída grande hasta el 2016.

En el caso de Tailandia tuvo un volumen de exportación constante pero en el 2015 tuvo crecimiento alto, pero para el 2016 tuvo una caída.

Alemania tuvo un crecimiento durante el 2008 al 2016.dv

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de exportación de la joyería de plata de la India, durante los años 2008-2016, obtendremos los siguientes resultados:

$$y = -1152.4x + 16488$$

$$r^2 = 0.018$$

Dónde: y es volumen de exportación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación inversa en el volumen de exportación y el tiempo, un ajuste de regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente ( $r^2 = 0.018$ ), lo que se interpreta que no existe tendencia en el valor de exportación de joyería de plata a la India, en el periodo 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación de joyería de plata a Tailandia tendremos los siguientes resultados:

$$y = 2799.3x - 6428.5$$

$$r^2 = 0.1711$$

Dónde: y es volumen de exportación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación inversa entre el volumen de exportación y el tiempo, en un ajuste de regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente ( $r^2 = 0.1711$ ), lo que se interpreta que no existe tendencia en el valor de exportación de joyería de plata a la Tailandia, en el período 2008-2016.

Al estimar la línea de tendencia del valor de exportación de joyería de plata de Perú, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = -0.35x + 23.306$$

$$r^2 = 0.0833$$

Dónde: y es volumen de exportación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación inversa entre el volumen de exportación y el tiempo, en un ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.0833$ ), lo que se interpreta que no existe tendencia en el valor de exportación de joyería de plata a Perú, en el período 2008-2016.

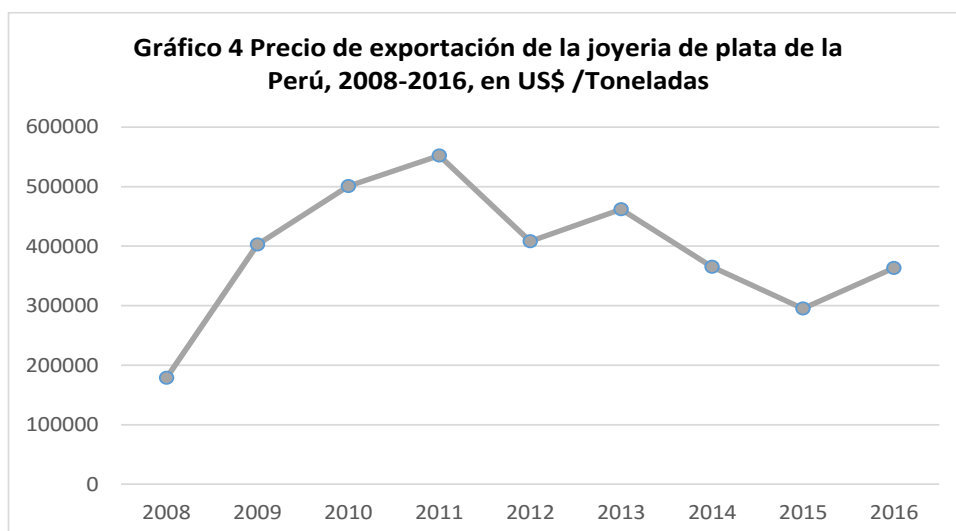
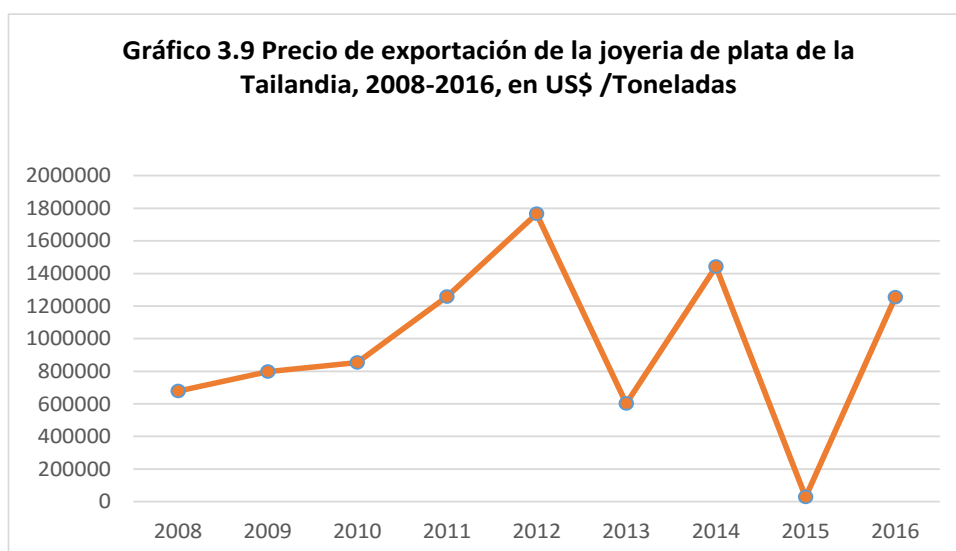
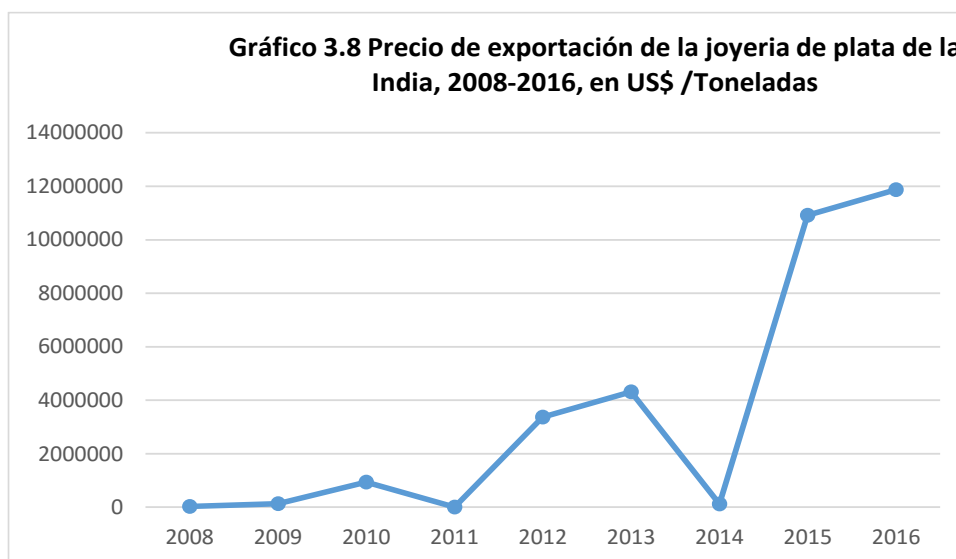
En el anexo 5 presentamos los principales países exportadores de joyería de plata, durante el periodo 2008-2016, en precio de exportación.

A partir del anexo 5 se ha construido el cuadro 3.3 que contiene el precio de exportación de la joyería de plata de los principales países exportadores del mundo, durante el periodo 2008-2016.

Cuadro 3.3 Precio de exportación de la joyeria de plata de los principales países exportadores del mundo, 2008-2016, en US \$/ Tonelada			
Año	Precio de exportación de la India	Precio de exportación de Tailandia	Precio de exportación de Perú
2008	22770	679125	178727
2009	137384	796893	402684
2010	936134	853348	500625
2011	10000	1257448	552050
2012	3372241	1766799	408036
2013	4309238	602196	461958
2014	121593	1442925	365100
2015	10915538	27390	295000
2016	11872135	1253551	363294
Fuente: A partir del anexo 5			

El precio de las exportaciones de la India y Tailandia tuvo un crecimiento en 2008-2016; mientras que Perú durante el mismo periodo manifestó

crecimiento y caída, haciendo que el precio de exportación de joyería de plata sea inestable.



En el gráfico la India en el precio de exportación presento un crecimiento del 2008 al 2010, en el 2011 tuvo una caída, luego presento un crecimiento hasta el 2013, luego tuvo una caída en el 2014, pero el 2015 al 2016 presento un gran crecimiento.

En Tailandia en el 2008-2016 presento caídas y crecimiento en el precio de exportación de joyería de plata.

En Alemania tuvo un crecimiento constate durante el periodo 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia en el precio de exportación de la joyería de plata de la India, durante los años 2008-2016, obtendremos los siguientes resultados:

$$y = 1E+06x - 3E+06$$

$$r^2 = 0.6311$$

Dónde:        y es el precio de exportación

              x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación directa en el precio de exportación y el tiempo, un ajuste de regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente ( $r^2 = 0.6311$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el precio de exportación de joyería de plata a la India, en el periodo 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación de joyería de plata a Tailandia tendremos los siguientes resultados:

$$y = 8551.6x + 921650$$

$$r^2 = 0.002$$

Dónde:        y es el precio de exportación

              x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación inversa entre el precio de exportación y el tiempo, en un ajuste de regresión a los datos expresado en el valor del coeficiente ( $r^2 = 0.002$ ), lo que se interpreta que no existe tendencia en el valor de exportación de joyería de plata a la Tailandia, en el período 2008-2016.



Al estimar la línea de tendencia del precio de exportación de joyería de plata de Perú, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 901.23x + 387435$$

$$r^2 = 0.0005$$

Dónde: y es el precio de exportación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación inversa entre el precio de exportación y el tiempo, en un ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.0005$ ), lo que se interpreta que no existe tendencia en el precio de exportación de joyería de plata de Perú, en el período 2008-2016.

A partir del anexo 6 se ha construido el cuadro 3.4 que contiene el valor de importación de la joyería de plata de los principales países importadores del mundo en el 2008-2016, expresados en miles de US\$.

Cuadro 3.4 Valor de importación de joyeria de plata de los principales importadores del mundo, 2008-2015, en miles de US\$

Años	Valor de importación de Hong Kong	Valor de importación de EE.UU	Valor de importación de Alemania	Subtotal	Valor de importación del Mundo
2008	411730	1406866	358865	2177461	4475751
2009	377612	1500825	348617	2227054	4560475
2010	615764	2021641	385844	3023249	5900396
2011	868367	2246155	582837	3697359	6957361
2012	1023114	2099591	555881	3678586	6955212
2013	976852	2218700	620091	3815643	7237952
2014	1316766	2142444	673484	4132694	7919155
2015	1654987	2189019	677377	4521383	8100082
2016	2213526	2042647	654263	4910436	9348173
Total	9458718	17867888	4857259	32183865	61454557
%	15.39	29.07	7.90	52.37	

Fuente: A partir del anexo 6

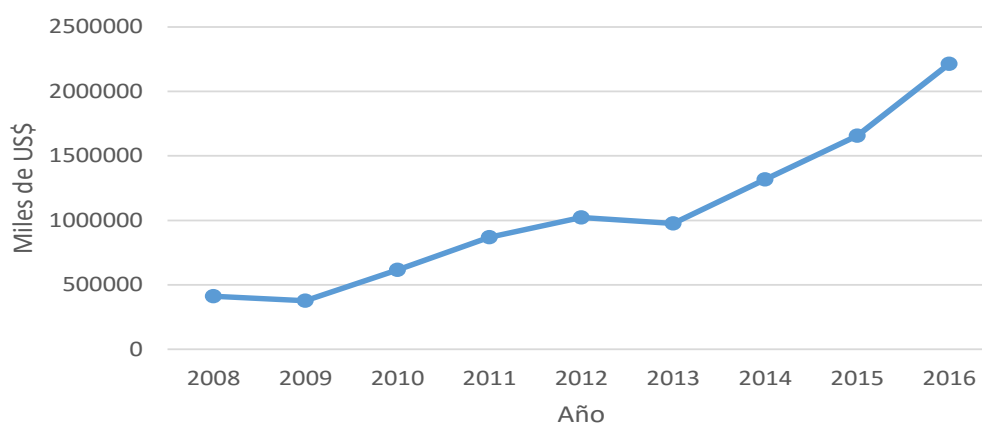
En el 2008 con respecto al 2009 Hong Kong tuvo una caída en el valor de sus importaciones, del 2010 hasta el 2012 presento un crecimiento en sus importaciones de joyería de plata, en el 2013 presento una caída, pero en el

2014 al 2016 presento un crecimiento constante en las importaciones de joyería de plata.

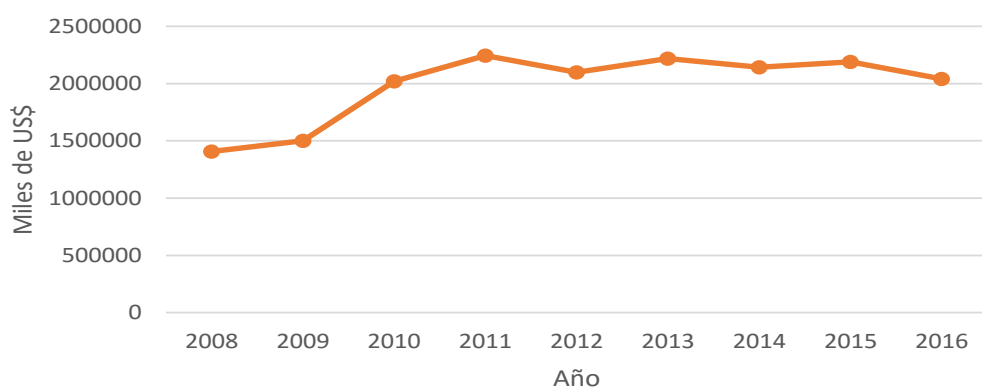
En EE.UU el valor de importaciones en este país tuvieron un crecimiento dese el 2008 al 2011, pero en el 2012 tuvo una caída, en el 2013 presento un crecimiento, 2014 presento una caída, en el 2015 presento un crecimiento, pero en el 2016 volvió a presentar una caída.

En el 2008 con respecto al 2009 presento una caída en el valor de sus importaciones de joyería de plata, en el 2010-2011 presento un crecimiento, pero en el 2012 respecto al año anterior presento una caída, pero en el 2013-2015 presento un crecimiento respecto a los años anteriores, pero en el 2016 presente una caída respecto al año anterior en el valor de sus importaciones de joyería de plata.

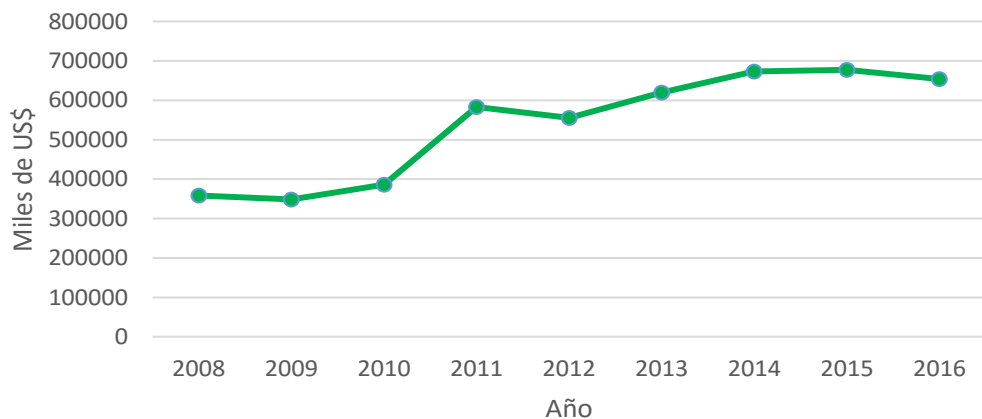
**Gráfico 4.1 valor de importación de joyeria de plata de Hong Kong, 2008-2016**



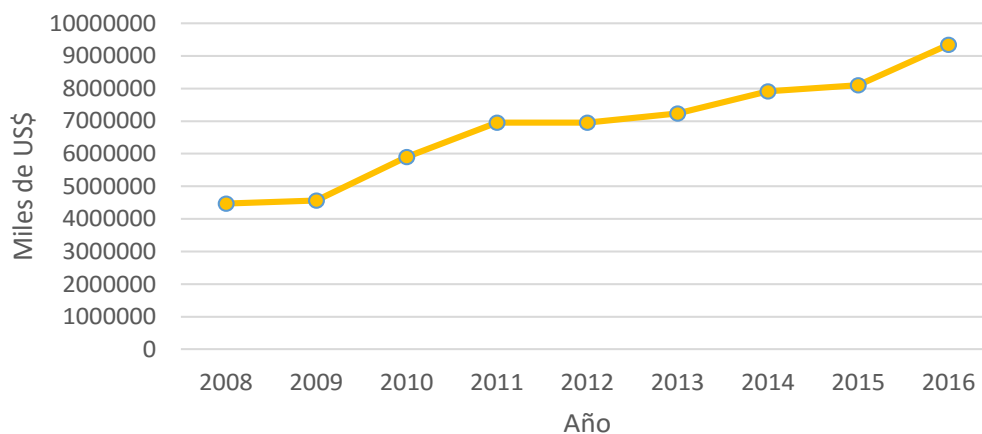
**Gráfico 4.2 valor de importación de joyeria de plata de EE.UU, 2008-2016**



**Gráfico 4.3 valor de importación de joyería de plata de Alemania, 2008-2016**



**Gráfico 4.5 valor de importación de joyería de plata del mundo, 2008-2016**



Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de joyería de plata a Hong Kong, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 209163x + 5152.2$$

$$r^2 = 0.9121$$

Dónde: y es valor de importación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el valor de importación y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.9121$ ), lo que se interpreta que existe tendencia

en el valor de importación de joyería de plata a Hong Kong, en el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de joyería de plata a EE.UU, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 80364x + 2E+06$$

$$r^2 = 0.4996$$

Dónde: y es valor de importación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el valor de importación y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.4996$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el valor de importación de joyería de plata a EE.UU, en el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de joyería de plata a Alemania, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 46340x + 307995$$

$$r^2 = 0.8507$$

Dónde: y es valor de importación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el valor de importación y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.8507$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el valor de importación de joyería de plata a Alemania, en el periodo 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de joyería de plata del mundo, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 573777x + 4E+06$$

$$r^2 = 0.9453$$

Dónde: y es valor de importación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el valor de importación y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.9453$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el valor de importación de joyería del mundo, en el período 2008-2016. A partir del anexo 7 se ha construido el cuadro 3.5 que contiene el volumen de importación de la joyería de plata de los principales países importadores del mundo, 2008-2016, expresados en toneladas.

Cuadro 3.5. Lista de principales países importadores de joyería de plata, 2008-2016, en volumen de importación, en toneladas

Año	Volumen de importación a EE.UU	Volumen de importación a Alemania	Volumen de importación a Hong Kong
2008	1625	397	363
2009	1472	373	287
2010	2044	338	327
2011	2032	301	248
2012	1203	300	204
2013	1271	341	196
2014	1299	334	213
2015	1319	390	232
2016		455	225

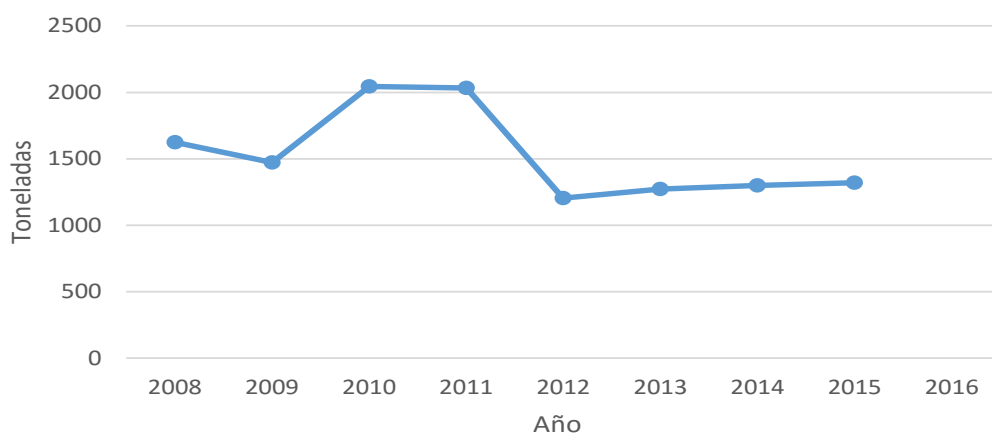
Fuente: A partir del anexo 7

En el 2008-2009 EE.UU tuvo una caída en el volumen de sus importaciones, en el 2010 presento un crecimiento, en el 2011 presento una caída, a partir del 2012 presento un crecimiento continuo en el volumen de importación de joyería de plata.

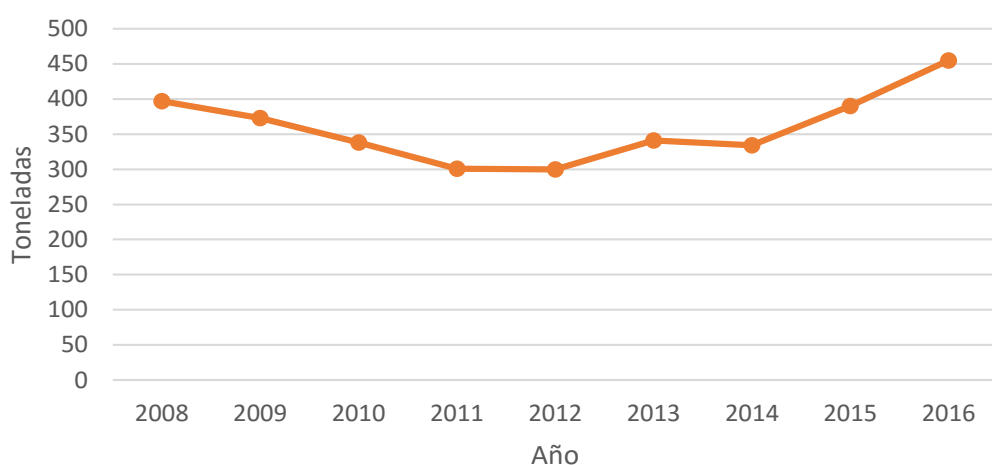
En el 2008-2012 Alemania presento una caída, 2013 presento un crecimiento, en el 2014 con respecto al año anterior presento una caída, del 2015 al 2016 presento un incremento con respecto a los años anteriores en el volumen de importación de joyería de plata.

En el 2008-2009 Hong Kong presento una caída en el volumen de importaciones de joyería de plata, en el 2010 presento un crecimiento, en el 2011- 2016 presento una caída con respecto al año 2010.

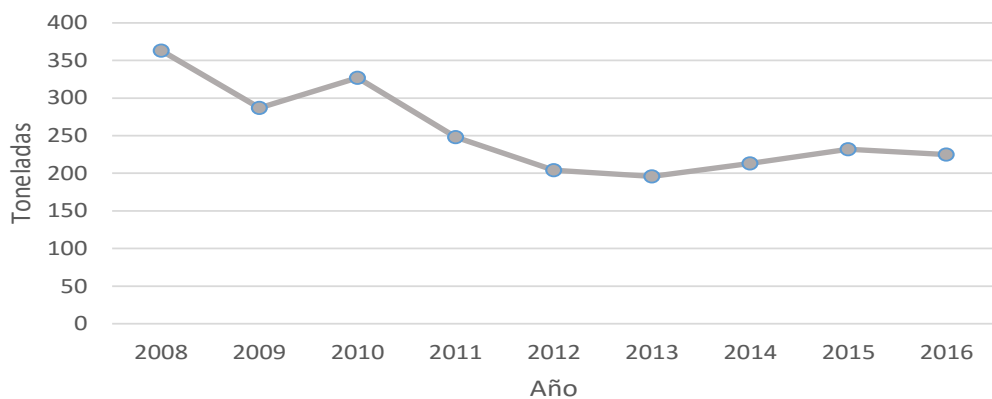
**Gráfico 4.6 Importacion de joyeria de plata a EE.UU, 2008-2016, en volumen de importación, en tonelada.**



**Gráfico 4.7 Importacion de joyeria de plata a Alemania, 2008-2016, en volumen de importación, en tonelada.**



**Gráfico 4.8 Importacion de joyeria de plata a Hong Kong, 2008-2016, en volumen de importación, en tonelada.**



Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de joyería de plata a EE.UU, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = -3.274x + 1862.9$$

$$r^2 = 0.2817$$

Dónde: y es volumen de importación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el volumen de importación y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.2817$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el volumen de importación de joyería de plata a EE.UU, en el periodo 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de joyería de plata a Alemania, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 5.25x + 332.53$$

$$r^2 = 0.0825$$

Dónde: y es volumen de importación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación inversa entre el volumen de importación y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.0825$ ), lo que se interpreta que no existe tendencia en el volumen de importación de joyería de plata a Alemania, en el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de joyería de plata a Hong Kong, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = -16.617x + 338.08$$

$$r^2 = 0.6092$$

Dónde: y es volumen de importación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el volumen de importación y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en

el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.6092$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el volumen de importación de joyería de plata a Hong Kong, en el período 2008-2016.

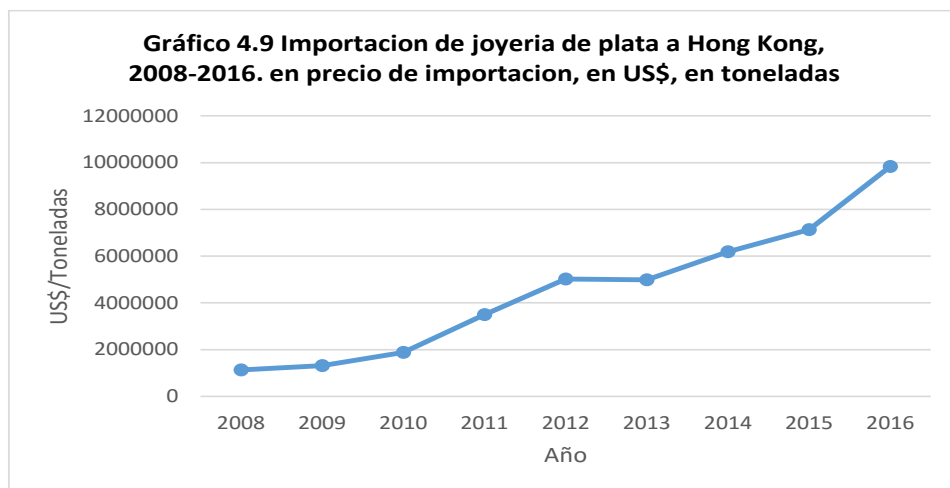
A partir del anexo 8 se ha construido el cuadro 3.6 que contiene el precio de importación de la joyería de plata de los principales países importadores del mundo, 2008-2016, en precio de importación expresados en toneladas.

Cuadro 3.6 Lista de principales países importadores de joyería de plata, 2008-2016, en precio de importación, en Dólares US\$, en toneladas		
Año	Hong Kong	Alemania
2008	1134242	903942
2009	1315721	934630
2010	1883070	1141550
2011	3501480	1936336
2012	5015265	1852937
2013	4983939	1818449
2014	6182000	2016419
2015	7133565	1736864
2016	9837893	1437941

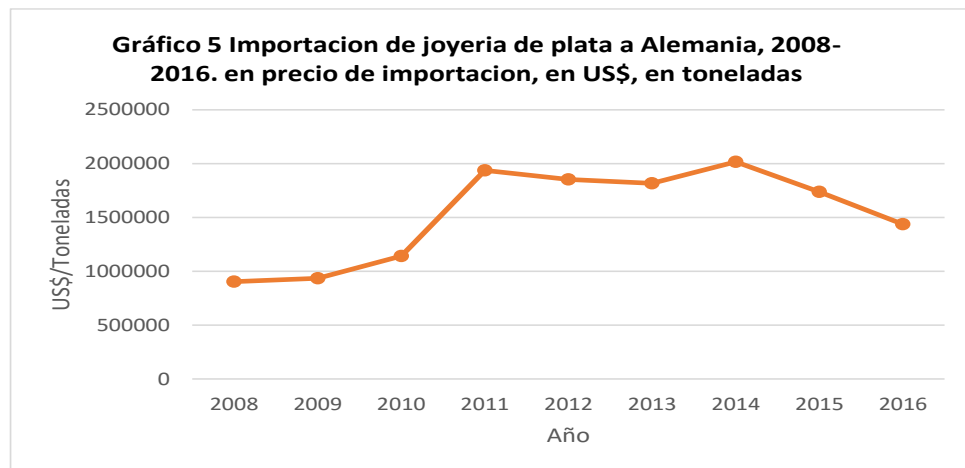
Fuente: A partir del anexo 8

En el año 2008-2012 Hong Kong presento un crecimiento en el precio de sus importaciones, para el año 2013 presento una caída, pero en relación con los años anteriores en el 2014-2016 presento un crecimiento en el precio de importaciones de joyería de plata.

En el año 2008-2011 Alemania presento crecimiento en el precio de sus importaciones, en el 2012-2013 presento una caída, en el 2014 presento un incremento, pero en el 2015 al 2016 presento una caída en el precio de sus importaciones de joyería de plata.







Si estimamos la línea de tendencia del precio de importación de joyería de plata a Hong Kong, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 1E+06x - 641574$$

$$r^2 = 0.9522$$

Dónde: y es precio de importación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el precio de importación y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.9522$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el precio de importación de joyería de plata a Hong Kong, en el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del precio de importación de joyería de plata a Alemania, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 102909x + 1E+06$$

$$r^2 = 0.4132$$

Dónde: y es precio de importación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el precio de importación y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.0825$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el precio de importación de joyería de plata a Alemania, en el período 2008-2016.

### 3.2 Resultados sobre competitividad

En el anexo 9 presentamos la lista de los países importadores de joyería de plata peruana, 2008-2016, en valor de exportación, en miles de US\$.

En el anexo 10 presentamos la lista de los países importadores de joyería de plata peruana, 2008-2016, en volumen de exportación, toneladas.

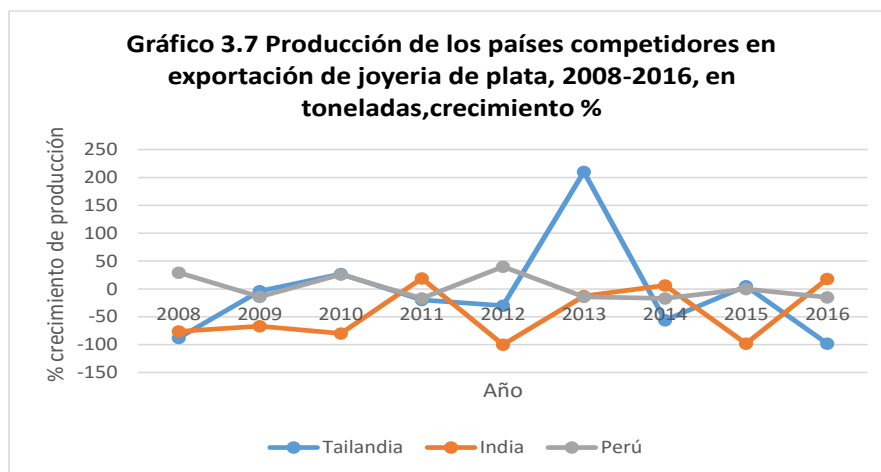
En el anexo 11 presentamos la lista de los países importadores de joyería de plata peruana, 2008-2016, en precio de exportación, en US\$ entre toneladas.

A partir del anexo 12 presentamos el cuadro 3.7 que contiene la productividad de joyería de plata peruana 2008-2016, expresada en toneladas.

Cuadro 3.7 Producción de los países competidores en exportación de joyería de plata, 2008-2016, en toneladas, crecimiento %			
Años	Tailandia	India	Perú
2008	-88	-76	29
2009	-4	-67	-14
2010	27	-80	26
2011	-20	18.803	-17
2012	-30	-100	40
2013	210	-13	-14
2014	-56	6.317	-17
2015	4.753	-98	0
2016	-98	18	-15

Fuente: A partir del anexo 12

En el cuadro presentamos el crecimiento de producción de exportación de joyería de plata de tres países competidores en las cuales se puede notar que en los tres países presentaron caídas y crecimiento siendo variables el crecimiento de producción de exportación de joyas de plata.



Si estimamos la línea de tendencia del crecimiento de productividad de la joyería de Tailandia, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 0.8376x - 10.216$$

$$r^2 = 0.0006$$

Dónde: y crecimiento de productividad en %

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación inversa entre la productividad y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.0006$ ), lo que se interpreta que no existe tendencia en el crecimiento de productividad de joyería de plata de Tailandia 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del crecimiento de productividad de la joyería de la India, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 7.0639x - 78.75$$

$$r^2 = 0.1484$$

Dónde: y crecimiento de productividad en %

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre la productividad y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.1484$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el crecimiento de productividad de joyería de la India 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del crecimiento de productividad de la joyería de Perú, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = -3.6167x + 20.083$$

$$r^2 = 0.1835$$

Dónde: y crecimiento de productividad en %

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre la productividad y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el

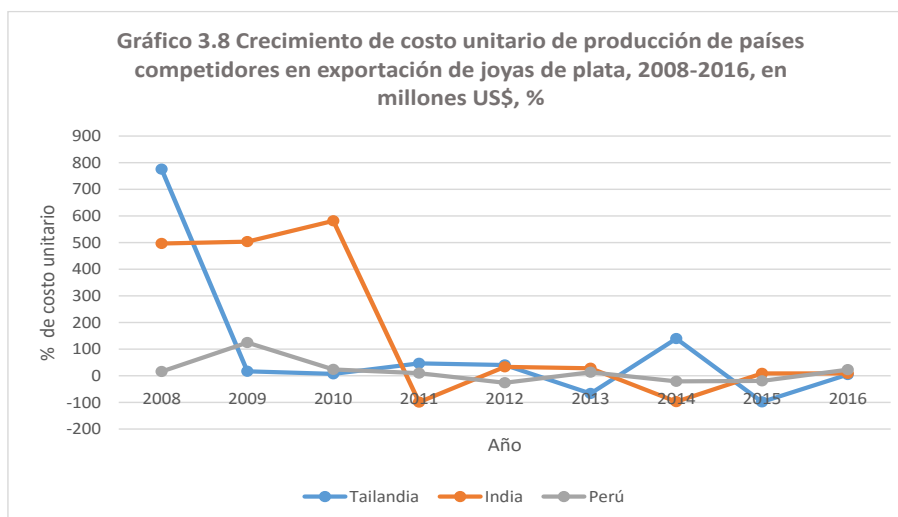
valor de coeficiente ( $r^2 = 0.1835$ ), lo que se interpreta que existe tendencia en el crecimiento de productividad de joyería peruana 2008-2016.

A partir del anexo 13 se presenta el cuadro 3.8 que contiene el costo unitario de producción de joyería de plata peruana en US\$/Toneladas.

Cuadro 3.8 Costo unitario de producción de países competidores en exportación de joyas de plata, 2008-2016, en millones US\$, %			
Años	Tailandia	India	Perú
2008	775	496	16
2009	17	503	125
2010	7	581	24
2011	47	-99	10
2012	41	33.624	-26
2013	-66	28	13
2014	140	-97	-21
2015	-98	8.877	-19
2016	4.477	9	23

Fuente: A parti del anexo 13

En el 2008-2016 el crecimiento de costo unitario de producción de joyería de plata de tres países exportadores de este producto, se puede apreciar que presenta crecimiento durante este periodo, no obstante, presenta caída dentro de este periodo.



Dónde:           y crecimiento del costo de producción unitario  
                       x es el tiempo  
                        $r^2$  es el coeficiente de determinación

Si estimamos la línea de tendencia del crecimiento de productividad de la joyería de Tailandia, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = -54.568x + 369.23$$

$$r^2 = 0.322$$

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el costo de producción unitario y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.322$ ), lo que se interpreta que existe tendencia del crecimiento de costo de producción unitario de joyería de plata de Tailandia 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del crecimiento de productividad de la joyería de la India, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = -77.656x + 550.89$$

$$r^2 = 0.5837$$

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el crecimiento de costo de producción unitario y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.5837$ ), lo que se interpreta que existe tendencia del crecimiento de costo de producción unitario de joyería de plata de la India 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del crecimiento de productividad de la joyería de Perú, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = -8.1833x + 57.028$$

$$r^2 = 0.245$$

Estos resultados muestran que existe una relación directa entre el crecimiento de costo de producción unitario y el tiempo, en ajuste de regresión de datos expresados en el valor de coeficiente ( $r^2 = 0.245$ ), lo que se interpreta que existe tendencia del crecimiento de costo de producción unitario de joyería de plata de Perú 2008-2016.

#### **IV. DISCUSIÓN**

De acuerdo a los resultados de la investigación se ha comprobado que existe una tendencia positiva en las exportaciones mundiales de joyería de plata peruana.

De acuerdo a la investigación se ha comprobado que si cumple con el artículo de Jiménez (2014), donde nos indica que existe oportunidades de exportación a Estados Unidos, así mismo es nuestro principal importador de joyería de plata peruana, en los cuales el volumen de exportación a tuvo un crecimiento del 2008 al 2010.

También se ha demostrado que si cumple con el informe de Siicex (2017) donde indica que las exportaciones durante el periodo 2012 disminuyeron para las exportaciones de la joyería de plata en diversos países, siendo afectado también Perú.

Existe una demanda positiva en las exportaciones de joyería de plata a nivel mundial.

De acuerdo a la investigación no estoy de acuerdo con Aldabaca (2014) en las que indica que las exportaciones de joyas de plata tienen tendencia positiva, ya que como se ha visto en los resultados de la investigación durante el periodo 2008-2016 existió un crecimiento pero en los últimos años presento una caída en las exportaciones de joyería de plata peruana.

## **V. CONCLUSIÓN**

1. De acuerdo con los resultados de esta investigación, ha quedado demostrado que las exportaciones mundial de joyería de plata durante el periodo 2008-2016 ha tenido una tendencia positiva.
2. De acuerdo a los resultados, ha quedado demostrado que la importación mundial de joyería de plata durante el periodo 2008-2016, ha tenido una tendencia positiva.
3. De acuerdo con los resultados de la investigación, ha quedado demostrado que la exportación de joyería de plata peruana ha sido competitiva durante el periodo 2008-2016.
4. De acuerdo con las conclusiones 1, 2 y 3 se colige que el comercio internacional y la competitividad de la joyería de plata peruana durante el período 2008-2016 han sido favorables para el Perú.
5. De acuerdo a los resultados el mayor comprador de joyería de plata peruana es EE.UU, pero la tendencia de exportación de joyería de plata peruana ha sido negativa.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. De acuerdo a los resultados obtenidos, las exportaciones han variado a nivel mundial, por lo tanto las empresas exportadoras del Perú deberían crear estrategias para que puedan cumplir con los requerimiento y demanda de joyería de plata, de esta manera el volumen de exportación incrementaría y con variaciones favorables.
2. Existen ferias internacionales en las cuales nuestros productores podrían aprovechar para abrirse camino a nuevos mercados y hacerse conocido por su calidad y diseño.
3. Averiguar sobre nuevos mercados que se puede exportar las joyas de plata peruana, se recomienda profundizar más estudio del mercado de la joyería de plata en el entorno internacional.
4. Capacitar a nuestros productores sobre los diferentes mercados que se exporta de la joyería de plata peruana a las empresas exportadoras de joyas de plata.
5. El Perú es un gran proveedor de joyería de plata a EE.UU, por ello si este país que es un gran mercado para nosotros deberíamos tomarlo como la puerta de inicio para el ingreso a nuevos mercados.



## VII. REFERENCIAS

- Albeiro, J. y Duque, M. (2013) *Costeo basado en actividades ABC: Gestión basada en actividades ABM*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://www.digitaliapublishing.com/visor/29901>.
- Aldabaca, D. (2014). *Exportación de joyería de plata de Perú a Estado Unidos 2004-2013*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo). Lima, Perú.
- Anzil, F. (2008). *Zonaeconomica.com: Competitividad*. Recuperado de <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- Arin SA (2017) *Productos joyas*. Recuperado de: <http://www.arinsa.com.pe/>
- Arméstar, N. (2013). *De la micro competitividad a la competitividad nación*. Recuperado de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/333450/1/56-181-1-PB.pdf>
- Banco Central de reserva del Perú (2013) *Glosario*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/v.html>
- BCRP (2011) *Glosario de Términos Económicos*. Lima. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Glosario/Glosario-BCRP.pdf>.
- Castaño, L. (2011). *Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del área metropolitana centro occidente AMCO*. (Tesis de titulado). Recuperado de: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/2041/658406C346.pdf;jsessionid=F35B3602DD78EF497D64302B22BAE362?sequence=1>
- Cerroun, R. (junio, 2014). *Product innovation and the competitive advantag*. Recuperado de <http://www.eujournal.org/index.php/esj/article/download/3634/3433>
- Cornejo, E. (2010). *Comercio internacional hacia una gestión competitiva* (4° ed.). Perú: San Marcos.
- Cortez, J. (2012). *Plan de negocio para la creación de una empresa outsourcing en fabricación de joyería*. (Tesis de titulado). Recuperado de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1733/CORT\\_EZ\\_JULIO\\_OUTSOURCING\\_JOTERIA.pdf?sequence=2](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1733/CORT_EZ_JULIO_OUTSOURCING_JOTERIA.pdf?sequence=2)
- De la Cruz, E. (2012). *Exportación de joyería de plata a Estado Unidos*. (Tesis de técnico). Recuperado de <http://www.actiweb.es/kaiasjoyas/archivo8.pdf>

- Garay L., (1996). Banco de la república actividad cultural: Concepto de productividad.
- García, G. (2013). Definición de productividad]. Recuperado de <http://www.gedesco.es/blog/definicion-de-productividad/>
- Garita, R. (2006) *Gestiopolis: Teoría del comercio internacional*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/>
- Gonzales, T. (octubre, 2016). *Joyería peruana cerrara el 2016 con alzas*. Revista Fashion Network. Recuperada de <http://pe.fashionnetwork.com/news/Joyeria-peruana-cerrara-el-2016-con-alzas,738982.html#.WETFrFynHmg>
- Instituto internacional de cooperación y agricultura (1997). *Glosario de términos del comercio agroalimentario*. Lima, Perú. Recuperado de <http://legacy.ica.int/Esp/Programas/AnalisisEstrategico/Boletin/2012/n07/Glosario%20de%20la%20OMC.pdf>
- Jiménez, N. (2014). *Oportunidades de exportación de joyas de plata peruana 950 al mercado de Estados Unidos*. (Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo). Lima, Perú.
- Llorente, I. (2013). *Análisis de la competitividad de las empresas de acuicultura. Aplicaciones empíricas al cultivo de la dorada (sparus aurata) y la lubina (dicentrarchus labrax)*. (Tesis de doctorado). Recuperado de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/130967/Tesis%20ILG%20y%20Adenda.pdf;jsessionid=A80E0F49FB90DA7D3AEE8CFF14E02626?sequence=1>
- Meex, E. y Aldana, H. (1989). *Primer encuentro técnico nacional de producción y transformación de yuca*. Bogotá. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=IYK\\_5rcCE0QC&pg=PA227&dq=definicion+de+competitividad&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjEm8q7w8\\_PAhVCTZAKHYPNdhsQ6AEIHjAB#v=onepage&q=definicion%20de%20competitividad&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=IYK_5rcCE0QC&pg=PA227&dq=definicion+de+competitividad&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjEm8q7w8_PAhVCTZAKHYPNdhsQ6AEIHjAB#v=onepage&q=definicion%20de%20competitividad&f=false)
- Parkin, M. (2006). *Microeconomía*. (7ª.ed.). Mexico. Pearson. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=QgkEqxMoli8C&pg=PA43&dq=ventaja+absoluta&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjml8r3mLQAhUEI5AKHREuCAMQ6AEIGDAA#v=onepage&q=ventaja%20absoluta&f=false>
- Porlles., N. (2007). *Derecho de comercio internacional*. Lima, Perú: UIGV.

- Porter, M. (1991). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Vergara. Recuperado de <http://www.uap.edu.pe/intranet/fac/material/02/20102CO020102505020110011/20102CO02010250502011001121147.pdf>
- Porter, M. (2012). *Ser competitivo* (5ª.ed.). España: Ediciones Deusto.
- Ricardo, D. (1817). *Principles of Political Economy and Taxation*. London: Cambridge University Press. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=cUBKAAAYAAJ&printsec=frontcover&dq=Principles+of+Political+Economy+and+Taxation&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiy9q\\_y2HQAhVCipAKHZrMDg8Q6AEIGDAA#v=onepage&q=Principles%20of%20Political%20Economy%20and%20Taxation&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=cUBKAAAYAAJ&printsec=frontcover&dq=Principles+of+Political+Economy+and+Taxation&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiy9q_y2HQAhVCipAKHZrMDg8Q6AEIGDAA#v=onepage&q=Principles%20of%20Political%20Economy%20and%20Taxation&f=false)
- Rodríguez, C. (1999) *La cultura de calidad y productividad en las empresas*. México. ITESO.
- Santander, C. (2013). *Estrategias para inducir la formalidad de la MYPE de la industria gráfica- offset por medio de gestión competitiva*. (Tesis de Maestría). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4961>
- Siicex (2017) Producto Joyería de plata. Recuperado de: [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc\\_fp\\_partida&ptarifa=7113110000&\\_portletid\\_=SFichaProductoPartida&\\_page\\_=172.17100#anclafecha](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_fp_partida&ptarifa=7113110000&_portletid_=SFichaProductoPartida&_page_=172.17100#anclafecha)
- Trade Map (2017) Lista de exportadores e importadores de joyería de plata. Recuperado de: [http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx)
- Vergara, N. (2012) *Marketing y comercialización internacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones Recuperado de <http://www.digitaliapublishing.com/visor/2999>

## **VIII. ANEXOS**

## Anexo 1. Matriz de consistencia

Comercio internacional y competitividad de la joyería de plata peruana 2008 - 2016.								
Sujeto de estudio	Problemas de investigacion	Objetivos de investigacion	Hipotesis	Variable	Dimension	Indicadores	Método	
Exportación de joyería de plata peruana	Problema general	Objetivo general	Hipotesis general	Comercio internacional	Exportación	Volumen de exportación de Tailandia	El procedimiento de datos se realizara con la recolección de datos, presentación de gráficos, obtención de números estadísticos que describan y relacionen variables a través de sus indicadores.	
	¿Cómo ha sido la evolucion del comercio internacional y la competitividad de la exportación de joyería de plata peruana durante el periodo 2018 - 2016?	Determinar el comercio internacional y la competitividad de la exportación de joyería de plata peruana durante el periodo 2008 -2016.	El comercio internacional y la competitividad de la exportación de joyería de plata peruana durante el periodo 2008- 2016 ha tenido una tendencia negativa.			Valor de exportación de Tailandia		
						Precio de exportación de Tailandia		
						Volumen de exportación de India		
	Problemas especificos	Objetivos especificos	Hipótesis Específica			Valor de exportación de la India		
						Precio de exportación de la India		
						Volumen de exportación de Perú		
						Valor de exportación de Perú		
	1. ¿Cómo ha sido la evolución de la exportación mundial de la joyería de plata durante el periodo 2008 - 2016?	1. Determinar la exportación mundial de la joyería de plata durante el periodo 2008 - 2016.	1. La exportación mundial de la joyería de plata durante el periodo 2008-2016 ha tenido una tendencia negativa.			Importación		Precio de exportación de Perú
								Volumen de importación de EE.UU
	2. ¿Cómo ha sido la evolución de la importación mundial de la joyería de plata durante el periodo 2008 - 2016?	2. Determinar la importación mundial de la importacion de la joyería de plata durante el periodo 2008 - 2016.	2. La importación mundial de la joyería de plata durante el periodo 2008 -2016 ha tenido una tendencia negativa.	Valor de importación de EE.UU				
				Precio de importación de EE.UU				
				Volumen de importación de Hong Kong				
				Valor de importación de Hong Kong				
3. ¿Cómo ha sido la competitividad de la exportación de la joyería de plata peruana durante el periodo 2008 - 2016?	3. Determinar la competitividad de la exportación de la joyería de plata peruana durante el periodo 2008 - 2016.	3. La exportación de la joyería de plata peruana durante el periodo 2008 - 2016 no ha sido competitiva.	Precio de importación de Hong Kong					
			Volumen de importación de Alemania					
			Valor de importación de Alemania					
			Precio de importación de Alemania					
				Competitividad	Productividad			
					Costo unitario de producción			

## Anexo 2. Juicio de expertos

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMERCIO INTERNACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
	Exportación	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Volumen de exportación de Tailandia	✓		✓		✓		
2	Valor de exportación de Tailandia	✓		✓		✓		
3	Precio de exportacion en Tailandia	✓		✓		✓		
4	Volumen de exportación de la India	✓		✓		✓		
5	Valor de exportación de la India	✓		✓		✓		
6	Precio de exportacion en la India	✓		✓		✓		
7	Volumen de exportación de Perú	✓		✓		✓		
8	Valor de exportación de Perú	✓		✓		✓		
9	Precio de exportacion en Perú	✓		✓		✓		
	Importación	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Volumen de importación de EE.UU.	✓		✓		✓		
2	Valor de importación de EE.UU.	✓		✓		✓		
3	Precio de importcion en EE.UU.	✓		✓		✓		
4	Volumen de importación de Hong Kong	✓		✓		✓		
5	Valor de importación de Hong Kong	✓		✓		✓		
6	Precio de importacion en Hong Kong	✓		✓		✓		
7	Volumen de importación de Alemania	✓		✓		✓		
8	Valor de importación de Alemania	✓		✓		✓		
9	Precio de importacion en Alemania	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

*Hay Suficiencia*

Op Aplicable [ ☒ ]

Aplicable después de corregir [ ☐ ]

No aplicable [ ☐ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mgtr./ Lic.: *Percy D. Maldonado C.* DNI: *413 80193*

Especialidad del validador: *Magister en Comercio Internacional y Avanzado*

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, *05* de diciembre de 2016

*[Firma]*  
Firma del Experto Informante

# CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD

Nº	Indicadores	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>Productividad</b>							
1	Productividad de Tailandia	✓		✓		✓		
2	Productividad en la India	✓		✓		✓		
3	Productividad de Perú	✓		✓		✓		
	<b>Costo unitario de producción</b>							
1	Costo unitario de producción de Tailandia	✓		✓		✓		
2	Costo unitario de producción en la India	✓		✓		✓		
3	Costo unitario de producción de Perú	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay Suficiencia

Op Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mgtr./Lic.: Percy D. Maldonado C. DNI: 41380733

Especialidad del validador: Magister en Comercio Internacional y Aduanas

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 05 de diciembre del 2016

  
Firma del Experto Informante

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMERCIO INTERNACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>Exportación</b>							
1	Volumen de exportación de Tailandia	✓		✓		✓		
2	Valor de exportación de Tailandia	✓		✓		✓		
3	Precio de exportación en Tailandia	✓		✓		✓		
4	Volumen de exportación de la India	✓		✓		✓		
5	Valor de exportación de la India	✓		✓		✓		
6	Precio de exportación en la India	✓		✓		✓		
7	Volumen de exportación de Perú	✓		✓		✓		
8	Valor de exportación de Perú	✓		✓		✓		
9	Precio de exportación en Perú	✓		✓		✓		
	<b>Importación</b>							
1	Volumen de importación de EE.UU.	✓		✓		✓		
2	Valor de importación de EE.UU.	✓		✓		✓		
3	Precio de importación en EE.UU.	✓		✓		✓		
4	Volumen de importación de Hong Kong	✓		✓		✓		
5	Valor de importación de Hong Kong	✓		✓		✓		
6	Precio de importación en Hong Kong	✓		✓		✓		
7	Volumen de importación de Alemania	✓		✓		✓		
8	Valor de importación de Alemania	✓		✓		✓		
9	Precio de importación en Alemania	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay Suficiencia

Op Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mgr./ Lic.: Cavero Esquivel Vargas DNI: 08879583

Especialidad del validador: Finanzas

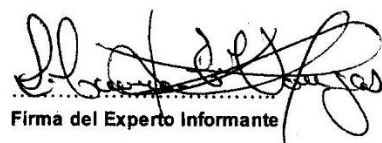
<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 05 de diciembre de 2016

  
Firma del Experto Informante



# CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD

Nº	Indicadores	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
	<b>Productividad</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Productividad de Tailandia	✓		✓		✓		
2	Productividad en la India	✓		✓		✓		
3	Productividad de Perú	✓		✓		✓		
	<b>Costo unitario de producción</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Costo unitario de producción de Tailandia	✓		✓		✓		
2	Costo unitario de producción en la India	✓		✓		✓		
3	Costo unitario de producción de Perú	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay Suficiencia.

Op Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador, Dr./ Mgtr./ Lic.: Cavero Eguiguren, Laura Livia DNI: 08879583

Especialidad del validador: Finanzas

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 05 de diciembre del 2016

[Firma]  
Firma del Experto Informante

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMERCIO INTERNACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
	Exportación	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Volumen de exportación de Tailandia	✓		✓		✓		
2	Valor de exportación de Tailandia	✓		✓		✓		
3	Precio de exportación en Tailandia	✓		✓		✓		
4	Volumen de exportación de la India	✓		✓		✓		
5	Valor de exportación de la India	✓		✓		✓		
6	Precio de exportación en la India	✓		✓		✓		
7	Volumen de exportación de Perú	✓		✓		✓		
8	Valor de exportación de Perú	✓		✓		✓		
9	Precio de exportación en Perú	✓		✓		✓		
	Importación	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Volumen de importación de EE.UU.	✓		✓		✓		
2	Valor de importación de EE.UU.	✓		✓		✓		
3	Precio de importación en EE.UU.	✓		✓		✓		
4	Volumen de importación de Hong Kong	✓		✓		✓		
5	Valor de importación de Hong Kong	✓		✓		✓		
6	Precio de importación en Hong Kong	✓		✓		✓		
7	Volumen de importación de Alemania	✓		✓		✓		
8	Valor de importación de Alemania	✓		✓		✓		
9	Precio de importación en Alemania	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

*Hay suficiencia*

Op Aplicable ☒

Aplicable después de corregir ☐

No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Mgtr./Lic.

*Torre Balanzo Greda* DNI *06230782*

Especialidad del validador:

*Ingeniero Economista*

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, *25* de diciembre de 2016

*[Firma]*

Firma del Experto Informante

# CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD

N°	Indicadores	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>Productividad</b>							
1	Productividad de Tailandia	✓		✓		✓		
2	Productividad en la India	✓		✓		✓		
3	Productividad de Perú	✓		✓		✓		
	<b>Costo unitario de producción</b>							
1	Costo unitario de producción de Tailandia	✓		✓		✓		
2	Costo unitario de producción en la India	✓		✓		✓		
3	Costo unitario de producción de Perú	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Op Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. / Mgr. / Lic. Torres Balazs Grada DNI: 06230782

Especialidad del validador: Ingeniero Economista

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 05 de diciembre del 2016



Firma del Experto Informante

Anexo 3. Lista de principales países exportadores de joyería de plata 2008-2016, en valor de exportación de US\$

Países	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
India	132522	267211	356667	720167	923994	1029908	1864719	2597898	3347942
Tailandia	852981	956271	1304769	1540374	1519447	1603649	1693994	1560354	1550188
Alemania	220665	224022	319799	425282	398469	634692	835358	914603	1092481
Estados Unidos	201557	213855	276506	397391	437040	488969	438130	440985	809543
Italia	681682	620222	759502	876073	756263	738878	706313	620291	667481
China	373438	447601	564178	625864	681116	861313	918416	818116	656925
Hong Kong, China	727122	613161	794111	956198	841287	818048	788012	748758	635456
Reino Unido	116102	51311	52986	89662	111039	80182	126853	107016	103074
España	66786	57615	62208	114017	110236	101916	97845	77260	94033
Perú	3932	7651	12015	11041	11425	11087	7302	5900	6176
Sub total	3376787	3458920	4502741	5756069	5790316	6368642	7476942	7891181	8963299
Mundo	4487085	4577220	6030522	7374251	7190917	7578098	8883207	9419070	10008077

Fuente: Trade map

Anexo 4. Lista de principales países exportadores de joyería de plata 2008-2016, en volumen de exportación en toneladas

Países	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tailandia	1256	1200	1529	1225	860	2663	1174	56969	1237
España	2177	315	296	1496	2878	1687	2149	1175	979
Reino Unido	965	766	457	744	1085	537	578	1193	912
Italia	762	708	741	556	506	566	625	655	631
Alemania	190	189	241	274	272	348	412	475	449
China	499	459	481	384	268	270	307	308	289
India	5820	1945	381	72020	274	239	15336	238	282
Hong Kong, China	560	444	447	340	278	442	290	275	247
Indonesia	297	286	287	254	91	105	146	107	132
Perú	22	19	24	20	28	24	20	20	17
Sub total	12548	6331	4884	77313	6540	6881	21037	61415	5175
Mundo	14490	8684	6771		8082	9181	23804	64437	

Fuente: Trade map

Anexo 5. Lista de principales países exportadores de joyería de plata, 2008-2016, en precio de exportación, en Dólares US\$ / toneladas

<u>Países</u>	<u>2008</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>	<u>2016</u>
<u>India</u>	<u>22770</u>	<u>137384</u>	<u>936134</u>	<u>10000</u>	<u>3372241</u>	<u>4309238</u>	<u>121593</u>	<u>10915538</u>	<u>11872135</u>
<u>Tailandia</u>	<u>679125</u>	<u>796893</u>	<u>853348</u>	<u>1257448</u>	<u>1766799</u>	<u>602196</u>	<u>1442925</u>	<u>27390</u>	<u>1253551</u>
<u>Alemania</u>	<u>1161395</u>	<u>1185302</u>	<u>1326967</u>	<u>1552124</u>	<u>1464960</u>	<u>1823828</u>	<u>2027568</u>	<u>1925480</u>	<u>2433143</u>
<u>Italia</u>	<u>894596</u>	<u>876020</u>	<u>1024969</u>	<u>1575671</u>	<u>1494591</u>	<u>1305438</u>	<u>1130101</u>	<u>947009</u>	<u>1057815</u>
<u>China</u>	<u>748373</u>	<u>975166</u>	<u>1172927</u>	<u>1629854</u>	<u>2541478</u>	<u>3190048</u>	<u>2991583</u>	<u>2656221</u>	<u>2273097</u>
<u>Hong Kong, China</u>	<u>1298432</u>	<u>1380993</u>	<u>1776535</u>	<u>2812347</u>	<u>3026212</u>	<u>1850787</u>	<u>2717283</u>	<u>2722756</u>	<u>2572696</u>
<u>Reino Unido</u>	<u>120313</u>	<u>66986</u>	<u>115943</u>	<u>120543</u>	<u>102366</u>	<u>149315</u>	<u>219469</u>	<u>89703</u>	<u>113020</u>
<u>España</u>	<u>30678</u>	<u>182905</u>	<u>210162</u>	<u>76215</u>	<u>38303</u>	<u>60413</u>	<u>45530</u>	<u>65753</u>	<u>96050</u>
<u>Turquía</u>	<u>820076</u>	<u>846173</u>	<u>1109526</u>	<u>1690262</u>	<u>1612754</u>	<u>1316367</u>	<u>1014294</u>	<u>854912</u>	<u>918152</u>
<u>Perú</u>	<u>178727</u>	<u>402684</u>	<u>500625</u>	<u>552050</u>	<u>408036</u>	<u>461958</u>	<u>365100</u>	<u>295000</u>	<u>363294</u>
<u>Mundo</u>	<u>309668</u>	<u>527087</u>	<u>890598</u>		<u>889693</u>	<u>825411</u>	<u>373175</u>	<u>146176</u>	

Fuente: Trade map

Anexo 6. Lista de principales países importadores de joyería de plata, 2008-2016, en valor de importación, en miles US\$

Países	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hong Kong, China	411730	377612	615764	868367	1023114	976852	1316766	1654987	2213526
Estados Unidos	1406866	1500825	2021641	2246155	2099591	2218700	2142444	2189019	2042647
Emiratos Árabes U.	25027				203035	205557	291640	156621	768787
Alemania	358865	348617	385844	582837	555881	620091	673484	677377	654263
Reino Unido	274999	305303	392412	369287	390643	430829	511540	525989	586336
Italia	93392	86508	115050	206609	197079	219099	281499	295786	384872
Francia	186122	178351	217036	241068	213268	219105	232511	234963	269772
Canadá	99203	114177	162652	221405	230144	263418	264355	254040	237486
Australia	127934	138764	162053	187688	165065	189963	194718	200892	207014
Japón	234460	194884	197758	209508	213825	180372	164104	156375	170793
España	113287	95206	144675	122835	89661	100276	108283	104732	129673
China	25456	22211	29761	33788	39073	39820	50429	80729	121834
Suiza	65868	74464	97021	104800	102113	100078	98416	97068	105300
Tailandia	54050	46611	60920	72927	77453	82719	82211	63224	102304
Singapur	39871	14335	16104	25244	29528	31697	102929	99432	99346
Rep. Dominicana	9369	12829	13417	24837	22265	20774	30034	34436	81965
Austria	50637	60959	63081	74085	67271	73445	77584	73690	73564
Polonia	49840	40299	54628	47597	40334	73596	50529	48882	67151
Rusia, Federación	0	0	0	0	99895	139266	181278	67568	64582
México	43287	33494	64601	72001	74336	76144	81400	72994	58401
Sub total	3670263	3645449	4814418	5711038	5933574	6261801	6936154	7088804	8439616
Mundo	4475751	4560475	5900396	6957361	6955212	7237952	7919155	8100082	9348173

Fuente: Trade map

Anexo 7. Lista de principales países importadores de joyería de plata, 2008-2016, en volumen de importación, en toneladas

Países	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Reino Unido	2832	2246	1176	5141	5354	1210	1149	3194	8852
España	695	607	684	2561	1054	914	2696	1091	702
Estados Unidos	1625	1472	2044	2032	1203	1271	1299	1319	
Alemania	397	373	338	301	300	341	334	390	455
Chile	25	28	27	17	36	42	116	283	290
Italia	135	126	122	133	129	157	212	216	235
Hong Kong, China	363	287	327	248	204	196	213	232	225
Grecia	47	60	193	228	38	93	539	387	219
Francia	176	195	214	255	304	155	225	308	182
Japón	147	119	102	95	86	86	92	99	117
Irlanda	300	194	148	111	99	80	86	182	101
Tailandia	50	47	95	48	44	44	42	34	81
Emiratos Árabes U.	31				31	50	30	24	73
Arabia Saudita	53	37	7	13	17	32	56	71	68
Suiza	68	66	72	63	62	70	67	64	61
Eslovaquia	7	5	5	6	5	7	12	4	56
Barbados	1	1	2	1	2	2	1	12	55
Omán	76	165	122	205	459	150	29	569	53
Polonia	124	52	54	31	28	34	34	40	51
Turquía	99	92	95	62	78	62	57	61	50
Rusia, Federación	0	0	0	0	57	71	99	39	48

Fuente: Trade map



Anexo 8. Lista de principales países importadores de joyería de plata, 2008-2016, en precio de importación, en Dólares US\$, en toneladas

Países	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hong Kong, China	1134242	1315721	1883070	3501480	5015265	4983939	6182000	7133565	9837893
Emiratos Árabes Unidos	807323				6549516	4142791	9650243	6525875	10531329
Alemania	903942	934630	1141550	1936336	1852937	1818449	2016419	1736864	1437941
Reino Unido	97111	135932	333684	71832	72963	356057	445205	164680	66238
Italia	691793	686571	943033	1553451	1527744	1395535	1327825	1369380	1637753
Francia	1057511	914621	1014187	945365	701590	1409425	1034863	762867	1482264
Australia	573695	821089	604675	1390281					
Japón	1594966	1637681	1938804	2205347	2486337	2097349	1783739	1579545	1459769
España	163003	156847	211513	47964	85067	109711	40164	95996	184719
China	636400	673061	763103	1251407	1698826	1810000	1939577	2124447	2592213
Suiza	968647	1128242	1347514	1663492	1646984	1429686	1468896	1516688	1726230
Tailandia	1081000	991723	641263	1519313	1760295	1879977	1957405	1859529	1263012
Singapur	866761	1023929	1006500	1097565		1760944	1660145	1657200	
República Dominicana	851727	986846	958357	1128955	1712692	1731167	1668556	1639810	
Austria	1633452	1966419	2034871	2116714	2802958	1498878	1650723	1473800	2942560
Polonia	401608	774981	1011630	1535387	1440500	2164588	1486147	1222050	1316686
Rusia, Federación					1752544	1961493	1831091	1732513	1345458
México	1202417	1196214	1900029	3130478	3716800	4007579	3391667	3173652	2781000
India	644000	138628	429243	1611000	2405038	3661000	47575	1567462	1398205
Bélgica	877722	1011447	987333	1109946	3527267	4466818	5074600	6156364	2627850

Fuente: Trade map

Anexo 9. Lista de los países importadores de joyería de plata peruana, 2008-2016, en valor de exportación, en miles de US\$

Países	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total	%
Estados Unidos	1360	5399	9026	8746	8165	7567	5154	3374	3518	52309	68.35
Chile	344	329	569	565	721	1282	1196	1502	1892	8400	10.98
España	145	58	72	109	514	417	92	80	254	1741	2.27
Reino Unido	116	85	82	591	454	530	253	214	149	2474	3.23
Ecuador	99	199	585	141	201	224	44	95	125	1713	2.24
Bolivia, Estado P.	203	229	26	19	148	88	28	79	49	869	1.14
Canadá	85	112	98	64	105	90	84	95	46	779	1.02
Alemania	138	67	88	88	118	67	32	35	44	677	0.88
Austria	23	30	32	86	36	72	82	63	41	465	0.61
Bélgica	5	0	6	5	7	22	15	11	17	88	0.11
Rusia, Federación	12	1	0	0	0	34	43	72	11	173	0.23
Hong Kong, China	4	0	181	0	4	0	0	0	8	197	0.26
Mundo	3932	7651	12015	11041	11425	11087	7302	5900	6176	76529	

Fuente: Trade map

Anexo 10. Lista de los países importadores de joyería de plata peruana, 2008-2016, en volumen de exportación, en toneladas (TN)

Países	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Estados Unidos	13	11	13	15	16	14	15	13	11
Chile	1	1	2	1	2	2	2	2	2
Bolivia, Estado P.	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Ecuador	1	2	2	1	1	3	0	0	1
Corea, República	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ucrania	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zona franca	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zona Nep	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Australia	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Austria	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Trade map

Anexo 11. Lista de los países importadores de joyería de plata peruana, 2008-2016, en precio de exportación, en US\$ / Toneladas

Países	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Estados Unidos	104615	490818	694308	583067	510313	540500	343600	259538	319818
Chile	344000	329000	284500	565000	360500	641000	598000	751000	946000
España	145000								
Reino Unido			82000						
Ecuador	99000	99500	292500	141000	201000	74667			125000
Bolivia, Estado P.		229000							49000
Canadá				64000	105000		84000	95000	
Alemania	138000								

Fuente: Trade map

Anexo 12. Producción de los países competidores en exportación de joyería de plata, 2008-2016, en toneladas, crecimiento %

Años	Tailandia	India	Perú
2008	-88	-76	29
2009	-4	-67	-14
2010	27	-80	26
2011	-20	18.803	-17
2012	-30	-100	40
2013	210	-13	-14
2014	-56	6.317	-17
2015	4.753	-98	0
2016	-98	18	-15

Fuente: Trade Map

Anexo 13. Costo unitario de producción de países competidores en exportación de joyas de plata, 2008-2016, crecimiento, %

Años	Tailandia	India	Perú
2008	775	496	16
2009	17	503	125
2010	7	581	24
2011	47	-99	10
2012	41	33.624	-26
2013	-66	28	13
2014	140	-97	-21
2015	-98	8.877	-19
2016	4.477	9	23

Fuente: Trade Map

Anexo 14. Empresas peruanas exportadoras de joyería de plata peruana

**PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS**

Empresa	%Var 16-15	%Part. 16
NEW FASHION PERU S.A	58%	28%
DESIGNS QUALITY EXPORTS SAC	25%	27%
ARIN S A	-23%	20%
WWW.NOVICA.COM S.A.C.	-6%	4%
DEORO S.A.C.	56%	4%
IDEAS APLICADAS SA	-58%	3%
ALLPA S.A.C.	-56%	3%
PERFUMERIAS UNIDAS S.A.	4198%	2%
ACCESORIOS Y JOYERIAS UNIDAS S.A.C.	1237%	2%
Otras Empresas (25)	--	6%

Fuente: SUNAT

## Anexo 15. Joyas de plata



ELABORADOS  
ARIN S.A.



ELABORADOS



ELABORADOS  
ARIN S.A.

ELABORADOS  
ARIN S.A.